

Eine Zukunft ohne Musikpiraterie?
- Eine Untersuchung des Einflusses von Musik-Streaming-Diensten auf das
Schwarzkopieren in Deutschland -

Bachelorarbeit

Studiengang Informationswirtschaft

Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften

Fachhochschule Köln

vorgelegt von:

Philipp Franz

Formesstraße 16

51063 Köln

Matr.Nr.: 11076394

am 25.09.2014 bei Prof. Dr. rer. pol Frank Linde

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, die Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt zu haben.

Ort,

pers. Unterschrift

Abstract

Im Zuge der immer weiter fortschreitenden technischen Entwicklung, veränderten sich nicht nur mehrfach die Wiedergabemedien von Musik, sondern auch die Speichermedien und die damit verbundene Möglichkeit des Kopierschutzes. Nach dem großen Umsatzeinbruch durch illegale Vervielfältigungsmethoden Anfang 2000 und den nur mäßig wachsenden Einnahmen aus kostenpflichtigen Downloads, befindet sich der Musikmarkt vor einer möglichen Trendwende durch Musik-Streaming-Dienste.

Die zentrale Fragestellung dieser Arbeit ist, wie und mit welcher Auswirkung sich Musik-Streaming-Dienste wie Spotify auf das Schwarzkopieren junger Erwachsener in Deutschland ausüben und ob daher eine mögliche Zukunft ohne Schwarzkopieren besteht. Bisher bestehen zu diesem Thema kaum Erkenntnisse und Studien beschäftigen sich meist nur am Rande mit der Thematik. Jedoch weist die Mehrzahl der Studien auf einen konkreten Einfluss auf das sinkende Schwarzkopierverhalten hin.

Nach der Einleitung wird im zweiten Kapitel auf die Grundlagen und Einflussfaktoren eingegangen, welche dem weiteren Verständnis dieser Arbeit zuträglich sind. Im dritten Kapitel werden Musikmärkte, Musik-Streaming und Schwarzkopieren thematisiert, um im folgenden Kapitel die Märkte und die Eigenschaften der Studien differenziert zu betrachten. Dies wird durch Aufzeigen und Diskussion der Studien aus verschiedenen Länder ermöglicht, welche in den Kontext zu Deutschland gestellt und durch eine User-Befragung ergänzt werden.

Die Erkenntnis dieser Arbeit ist, dass Musik-Streaming-Dienste dafür verantwortlich sind das Musikpiraterie abnimmt, dies ist jedoch nicht in seinem Umfang zu pauschalisieren. Es sind verschiedene Faktoren die dabei eine Rolle spielen, dazu gehört, ob der User eine werbefinanzierte oder kostenpflichtige Variante eines Musik-Streaming-Dienstes nutzt, wie seine Ansprüche an die Musikbibliothek des Dienstes sind und wie sein soziales Umfeld wirkt.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	8
1.1	Motivation und Zielsetzung der Arbeit.....	8
1.2	Aufbau der Arbeit	9
1.3	Ausgangssituation und Problemstellung	10
2	Grundlagen und Einflussfaktoren	11
2.1	Begriffsdefinition	11
2.1.1	Musikindustrie	11
2.1.2	Schwarzkopie	11
2.1.3	Streaming	12
2.1.4	Server	12
2.1.5	On Demand	12
2.1.6	Musik-Streaming-Dienste.....	13
2.1.7	User	13
2.1.8	Web 2.0.....	13
2.1.9	Flatrate.....	14
2.2	Abgrenzung	14
2.2.1	Musik-Video-Streaming à la YouTube	14
2.2.2	Portal Musik-Streaming à la SoundCloud.....	15
2.2.3	Playlist Musik-Streaming à la Last.Fm	15
2.2.4	Webradio Musik-Streaming à la rautemusic.fm	16
2.3	Charakteristika von legalem Musik-Streaming und Schwarzkopieren.....	16
2.3.1	Musik-Streaming	16
2.3.2	Schwarzkopien	17
2.3.3	Koexistenz	18
2.4	Musikrecht	19
2.4.1	Urheberrecht und Leistungsschutzrecht.....	19
2.4.2	Verwertungsgesellschaften.....	20
2.4.3	Digital Rights Management (DRM)	20
2.4.4	Schwarzkopieren via Peer-to-Peer und Filehoster	21
2.4.4.1	Peer-to-Peer	21
2.4.4.2	Filehoster	21
2.5	Technische Entwicklung	22
2.5.1	Netzausbau	22

2.5.2	Endgeräte	25
2.6	Eigenschaften von Schwarzkopierern	27
3	Musikmärkte.....	29
3.1	Einfluss der Digitalisierung	29
3.1.1	Auswirkung auf den Tonträgerabsatz	29
3.1.2	Veränderung der Einnahmeressourcen	31
3.1.3	Unterschiede zwischen Streaming und Downloads	32
3.2	Musikmärkte im Vergleich	32
3.2.1	Physische und digitale Tonträger	33
3.2.2	Ländervergleich.....	34
3.2.2.1	Schweden	35
3.2.2.2	Großbritannien	35
3.2.2.3	Niederlande	35
3.2.2.4	Deutschland.....	35
3.3	Musik-Streaming	36
3.3.1	Technische Funktionalität	36
3.3.1.1	On Demand-Streaming und Offline-Wiedergabe	36
3.3.1.2	Qualität der Dateien	37
3.3.2	Geschäftsmodell	38
3.4	Musik-Streaming-Dienste in Deutschland	39
3.4.1	Marktüberblick.....	40
3.4.2	Anbieter	41
3.4.2.1	Simfy	42
3.4.2.2	Deezer	43
3.4.2.3	Spotify.....	43
3.4.3	Illegales Musik-Streaming	44
3.4.4	Schwarzkopieren durch Musik-Streaming	45
3.4.5	Schwarzkopierer als potenzielle Zielgruppe.....	46
4	Schwarzkopieren und Musik-Streaming	48
4.1	Stand der Forschung und Erkenntnisse	48
4.2	Erkenntnisse und Indikatoren verschiedener Veröffentlichungen	50
4.2.1	Musiksverige- Fildelning & nedladdning 2011 – Quelle 1 (Q1).....	50
4.2.2	Streamingtjänster av film och dess framtida utveckling som substitut för illegal nedladdning – Quelle 2 (Q2).....	51
4.2.3	Music Experience and Behavior in Young People – Quelle 3 (Q3)	52

4.2.4	Adventures in The Netherlands - Hauptquelle 1 (Hq 1)	54
4.2.5	Music as a Service: Eine Alternative für Musikpiraten? Eine empirische Untersuchung zur Nutzungsintention von Streaming-Services für Musik –Hauptquelle 2 (Hq2) 59	
4.2.6	Copyright Infringement and Enforcement in the US – Hauptquelle 3 (HQ3) 64	
5	Zusammenfassung der Quellen	68
5.1	User-Interviews	70
5.2	Zusammenfassung der Befragung.....	70
5.3	Erkenntnisse im Kontext	71
6	Fazit und Ausblick	73
7	Forschungsempfehlung	74
8	Diskussion	75
	Quellenverzeichnis.....	76
	User-Interviews.....	85

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Internet Datenrate, bis DSL 3000.....	23
Abbildung 2 - Internet Datenrate, bis Fiber 200	23
Abbildung 3 - Mobilfunk Datenrate, bis LTE.....	24
Abbildung 4 - Netzausbau Telekom, Mobile Daten (3G und LTE)	25
Abbildung 5 - Umsatzentwicklung der deutschen Musikindustrie 1984 - 2013.....	30
Abbildung 6 - Alterssegmentierung Tonträger 2013, in Deutschland	33
Abbildung 7 - BVMI – Musikindustrie 2012 und 2013 in Europa	34
Abbildung 8 - Soundqualität und Datenrate im Überblick	38
Abbildung 9 - Musik-Streaming-Dienste in Deutschland, 2012 - 2014	40
Abbildung 10 - Umsatzentwicklung und Prognose, des deutschen Musikmarkt	41
Abbildung 11 - Verlauf des digitalen schwedischen Musikkonsums über drei Jahre	51
Abbildung 12 - Gegenüberstellung von Argumenten bezüglich Musicmetric.....	56
Abbildung 13 - Veränderung des Downloadverhaltens in den Niederlanden.....	57
Abbildung 14 - Auswirkung von Faktoren Sales, BitTorrent und Spotify auf zwei Veröffentlichung	58
Abbildung 15 - Übersicht der Hypothesen in einem wirkenden Verhältnis.....	60
Abbildung 16 - Musik Sammlung der Deutschen in 2011	65
Abbildung 17 - Rückgang des Schwarzkopierens durch Musik-Streaming-Dienste, 2011 in Amerika und Deutschland	66

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 - Übersicht der Quellen und Erkenntnisse	68
--	----

1 Einleitung

Die letzten zwanzig Jahre waren aus informationswirtschaftlicher Sicht für die Musik-Branche sehr ereignisreich. So hat beispielsweise die CD die Schallplatte als maßgebliches Veröffentlichungsmedium ersetzt. Jedoch verliert auch diese seit Jahren wiederum durch digitale MP3-Files an Relevanz (BVMI, S.7, 2014). Das Breitband-Internet ist mittlerweile fast flächendeckend in Deutschland verfügbar (Eurostat, 2014) und der große Boom um Tauschbörsen ist längst vorbei (Kolokythas, 2003). Ein möglicher Grund hierfür ist Rechtslage und die daraus resultierenden Abmahnungen und Anzeigen (Ratzka, 2013), die aufgrund der leicht nachzuvollziehenden Identitäten der User ermittelt werden konnten. Die Motivation vieler Nutzer zur kostenlosen Beschaffung bestand nach wie vor, so dass sie nach vermeintlich sicheren Möglichkeiten suchten um an Schwarzkopien zu gelangen. Diese fanden sie unter anderem in Filehostern und im Usenet (Ehrlichmann, 2010). Um diese Sicherheit noch weiter auszubauen, wird zu zusätzlichen Anonymisierungsmaßnahmen wie Proxys gegriffen (Grimm, 2013). Dies sollte soweit ausreichen um unentdeckt an Schwarzkopien zu gelangen. Innerhalb der letzten Jahre hat sich jedoch das Streaming als eine innovative und legale Möglichkeit aufgetan, um nahezu grenzenlos Musik zu konsumieren. Diese Möglichkeit erlaubt es den Nutzern legal auf meist über 20 Millionen Musikstücke (Bitkom, 2014) zuzugreifen, ohne diese jemals gekauft haben zu müssen.

1.1 Motivation und Zielsetzung der Arbeit

Da Musik-Streaming-Dienste in Deutschland noch nicht lange verfügbar sind, besteht für diesen Markt noch großes Wachstumspotenzial. Das Ziel dieser Arbeit ist festzustellen, welche Auswirkung Musik-Streaming-Dienste auf das Schwarzkopieren ausüben und ob die jeweiligen Angebotsmodelle von ihrer Einflussnahme differenziert zu betrachten sind. Um dies zu überprüfen, wird der Fokus auf die Zielgruppe der jungen Erwachsenen (18 bis 29 Jahre) in Deutschland gelegt. Eben diese Zielgruppe bietet sich für dieses Vorhaben exemplarisch an, da

sie zum einen den Großteil der Schwarzkopierer stellt und zum anderen eine vergleichbar hohe Affinität zu den Medien besitzt.

Es soll in dieser Arbeit ersichtlich werden, ob und in welcher Intensität sich Musik-Streaming-Dienste, beziehungsweise deren verschiedene Angebotsmodelle, auf das Schwarzkopieren in Deutschland ausüben und was die Beweggründe dafür sind diese zu nutzen oder nicht.

1.2 Aufbau der Arbeit

Diese Arbeit wurde in inhaltlicher Abhängigkeit der einzelnen Kapitel entworfen, um einen sinnvollen Verlauf zu gewährleisten. Nach der Einleitung wird im zweiten Kapitel auf die Grundlagen und Einflussfaktoren eingegangen. Dort werden Begriffe erklärt und definiert, um im weiteren Verlauf ein präzises Verständnis der Thematik zu wahren. Anschließend werden Charakteristika von legalem Musik-Streaming und Schwarzkopieren aufgezeigt und auf das Musikrecht, sowie damit verbundene Institutionen, Gesetze und Maßnahmen eingegangen. Dies fördert das Verständnis, wer neben den Künstlern ein Interesse an einer Zukunft ohne Schwarzkopieren haben kann. Anschließend wird das Kapitel mit den technischen Entwicklungen und den Eigenschaften von Schwarzkopieren abgeschlossen. Im folgenden Kapitel rückt der wirtschaftliche Aspekt in den Fokus. So wird auf den Einfluss der Digitalisierung eingegangen und es werden Musikmärkte verglichen, welche für das vierte Kapitel relevant sind, da sie dabei helfen die jeweiligen Märkte der Studie in den Kontext zum deutschen Markt zu setzen. Des Weiteren wird auf das Prinzip des Musik-Streaming eingegangen und der deutsche Markt inklusive Anbietern aufgezeigt. Zudem wird näher auf illegales Musik-Streaming und Schwarzkopieren in Verbindung mit Musik-Streaming-Diensten eingegangen um die unterschiedlichen Bezugsweisen zu verstehen und zu differenzieren. Dies ist im vierten Kapitel von Bedeutung, da nachdem der Stand der Forschung aufgezeigt wird, sechs Studien besprochen werden, die den Einfluss von Musik-Streaming-Diensten auf das Schwarzkopieren untersuchen. Der Großteil dieser Studien liefern alleine keine umfassende Erkenntnisse zu dem Thema, in ihrer Kombination sind sie jedoch in der

Lage ein einheitliches Gesamtbild zu formen. Diese Quellen werden durch fünf User-Interviews komplettiert, welche den Erkenntnissen einen Anwendungsbezug verleihen und die Quellen in ihrer Gesamtaussage bestätigen. Die gesammelten Erkenntnisse werden anschließend in einen Kontext gesetzt, um eine Grundlage für ein Fazit und einen Ausblick zu schaffen. Da wie bereits erwähnt, die Quellen und Erkenntnisdichte auf diesem Gebiet noch sehr gering sind, wird dies im sechsten Kapitel in Form einer Forschungsempfehlung näher beleuchtet. Abgeschlossen wird die Arbeit durch eine Diskussion, in welcher diese Arbeit kritisch hinterfragt wird.

1.3 Ausgangssituation und Problemstellung

Es existieren bisher wenige empirische Erkenntnisse darüber, wie sich die zunehmende Verbreitung von Musik-Streaming-Diensten auf das Schwarzkopierverhalten auswirkt.

In anderen Ländern wurden bereits Erkenntnisse (Media Vision, 2011) gesammelt die einen Zusammenhang aufzeigen. Jedoch unterscheiden sich diese Märkte vom Deutschen bezüglich ihrer Absatzmenge und technologischen Struktur. Ebenso ist es fraglich, wie unverfälscht diese wenigen Erkenntnisse sind.

2 Grundlagen und Einflussfaktoren

Um in den folgenden Kapiteln die relevanten Grundlagen zu kennen, welche einen starken Einfluss auf die gesamte Thematik ausüben, werden in diesem Kapitel diese Grundlagen und Einflussfaktoren aufgezeigt und näher beleuchtet.

2.1 Begriffsdefinition

Im folgenden Abschnitt werden Begriffe definiert, welche im weiteren Verlauf dieser Arbeit von Relevanz sind. Daher ist es wichtig ein präzises Verständnis jener Begriffe zu haben um die Thematik leicht zu verstehen.

2.1.1 Musikindustrie

Der Name setzt sich aus „Musik“ und „Industrie“ zusammen, was bedeutet dass es sich um ein Wirtschaftssegment handelt, welches in Massen agiert und zum Kerngeschäft den Handel von Audio-Werken zählt. Unter dem Oberbegriff der Musikwirtschaft verbergen sich die Segmente: Tonträgerindustrie, Autoren, Musiker, Produzenten, Musikverlage, Begleit- und Vervielfältigungsindustrie, Distributoren und Musik-Live-Entertainment (Kromer, 2007). Diese Musikindustrie ist auf einem Musikmarkt tätig, auf welchem sie Handel mit den ihr zur Verfügung stehenden Gütern betreibt.

2.1.2 Schwarzkopie

Der Begriff „Schwarzkopie“ setzt sich aus der Farbe „schwarz“ und der Vervielfältigungsmethode eines Informationsguts zusammen. Dabei deutet „schwarz“ darauf hin, dass etwas im Verborgenen geschieht, da das Vorgehen

gegen geltende Normen oder Gesetze verstößt. Somit handelt es sich um eine zumeist illegale Vervielfältigung eines Werks, beziehungsweise einer Information. Im Sprachgebrauch sind auch die Formulierungen Raubkopie bzw. Raubkopierer als Synonym für eine Schwarzkopie bzw. einen Schwarzkopierer bekannt. Zudem wird häufig der Begriff des Musikpirats oder als Tätigkeitsbeschreibung Musikpiraterie verwendet. Sowohl Musikpirat als auch Raubkopierer sind von ihrer Bedeutung eher negativ einzuordnen, daher wird im Folgenden von Schwarzkopierern und der Schwarzkopie gesprochen.

2.1.3 Streaming

„Streaming“ stammt aus dem Englischen und bedeutet „strömend“.

Als „Streaming“ wird eine Tätigkeit bezeichnet, die den Abruf einer bereitgestellten Datei, beziehungsweise einer Information beschreibt. Diese Datei befindet sich nicht auf einem Endgerät und wird nur flüchtig über einen Buffer gespeichert. In der Regel erfolgt der Abruf via Internet, beziehungsweise über ein Netzwerk.

2.1.4 Server

Ein Server ist ein Programm oder eine Hardware, welche betrieben wird, um einen Datenaustausch zu ermöglichen.

2.1.5 On Demand

Wie Streaming stammt auch „On Demand“ aus dem Englischen und bedeutet übersetzt „auf Abruf“ oder „bei Bedarf“. Im Zusammenhang mit dem Internet wird „On Demand“ zumeist in Verbindung mit Streaming benutzt, da in der Regel ein Abruf einer gestreamten Datei bei Bedarf gestartet wird. Der Besitz dieser Datei ist nicht notwendig um diese aufzurufen, es bedarf lediglich der Zugriffsberechtigung

auf einen Server auf dem die gewünschte Datei bereits gespeichert und bereitgestellt wurde.

2.1.6 Musik-Streaming-Dienste

Unter Musik-Streaming-Diensten versteht man Anbieter, die auf Ihren Servern Musikstücke bereitstellen, welche On Demand abgerufen werden können. Sie unterscheiden sich untereinander meist durch die Größe der Datenbank, den Finanzierungsmodellen, den nutzbaren Endgeräten und der Klangqualität.

2.1.7 User

Der Begriff „User“ stammt aus dem Englischen und bedeutet übersetzt „Nutzer“. Der Nutzer ist zumeist durch bestimmte Alleinstellungsmerkmale identifizierbar. Zu diesen Merkmalen gehören im Bereich der Musik-Streaming-Dienste das Nutzerkonto sowie die IP-Adresse, unter welcher der Nutzer im Internet agiert.

2.1.8 Web 2.0

Das Wort „Web“ stammt aus dem Englischen und bedeutet auf Deutsch „Netz“. Der Zusatz „2.0“ deutet auf die veränderte Nutzungsweise hin. Wie im Bereich der Softwareentwicklung kennzeichnet eine dem Begriff zugefügte und im Wert wachsende Zahl die Erneuerung einer Version. Somit wird die weiterführende Nutzung des Internets hervorgehoben, bei welcher die Nutzer nicht nur Informationen und Daten konsumieren, sondern sie auch selbst erzeugen und bereitstellen können (Lackes und Spiepermann, o.J.)

2.1.9 Flatrate

Der Begriff „Flatrate“ stammt aus dem Englischen und ist mit dem Wort „Festpreis“ gleichzusetzen. Bei einer Flatrate handelt es sich um ein Angebot eine oder mehrere spezifische Dienstleistungen zu einem festgelegten Preis in uneingeschränkter Menge zu empfangen (Simon et al. o.J.)

2.2 Abgrenzung

Je nach Definition, können verschiedene Auslegungen von Musik-Streaming-Diensten bestehen. Daher werden in diesem Abschnitt Musik-Streaming-Dienste, die ein anderes Prinzip verfolgen, abgegrenzt.

2.2.1 Musik-Video-Streaming à la YouTube

Bei dem hier vorliegenden Medienkonsumverhalten handelt es sich um eine Kombination aus einer Audio-Spur und einer Video-Spur. Beide Dateien werden auf Anfrage zeitgleich an den User gestreamt. Das Internetportal YouTube fungiert als On Demand-Plattform, auf der User Videos hoch laden können, die der Unterhaltung dienen und von wiederum anderen Usern via Stream konsumiert werden können. Dabei stellen Musik-Videos nur einen Teil des Gesamtinhalts dar (YouTube, o.J., a). Des Weiteren sind eine Vielzahl der Videos für deutsche Nutzer gesperrt (Gema, o.J.). Somit handelt es sich nicht um einen Musik-Streaming-Dienst im klassischen Sinne, da es sich um eine Kombination von Audio- und Video-Anbietern handelt.

2.2.2 Portal Musik-Streaming à la SoundCloud

Auch dieses Medienkonsumverhalten basiert auf nutzergenerierten Inhalten (SoundCloud, o. J.).

In diesem Fall handelt es sich um ein Internet-Portal, welches den Fokus auf Musik legt und den publizierenden Usern als Promotionplattform dient. So können dort Musikstücke oder Mix-Aufnahmen hochgeladen werden und Online-Store- oder Social-Media-Accounts verknüpft werden. Die Wiedergabe der gewünschten Dateien erfolgt On Demand via Stream. Auch in diesem Fall handelt es sich nicht um einen Musik-Streaming-Dienst, im Sinne dieser Arbeit. Dies ist zum einen in der Tatsache begründet, dass es sich hierbei um ein Portal handelt, welches sowohl den Upload als auch den Download für angemeldete Nutzer ermöglicht.

2.2.3 Playlist Musik-Streaming à la Last.Fm

Bei dieser Variante des Musik-Streaming handelt es sich nur bedingt um eine On Demand-Lösung. Nutzer können Interessensmerkmale beim Anbieter hinterlegen, indem der Computer des Users nach Musik durchsucht wird. Somit werden die Präferenzen des Users ausgelesen und mit anderen Usern verglichen. Auf dieser Basis werden Musikempfehlungen ausgesprochen, sowie ein Radiosender zusammengestellt, welcher möglichst genau den Geschmack des Users trifft. Zudem besteht die Möglichkeit On Demand Musikstücke zu streamen, die sich bereits im Besitz des Users befinden. Die Wiedergabe erfolgt weitestgehend zufällig, lässt sich jedoch wie bereits vermerkt, durch die Vergabe von Interessensmerkmalen wie Künstler bzw. Musiktiteln eingrenzen (Last.Fm, o.J.). Da der Nutzer keine Musikstücke On Demand hören kann, fällt diese Streaming-Variante nicht unter die Kategorie der im Weiteren besprochenen Musik-Streaming-Dienste.

2.2.4 Webradio Musik-Streaming à la raute music.fm

Die Musik-Streaming-Variante des Webradios bietet dem Nutzer nur durch Auswahl des Senders die Möglichkeit persönlichen Präferenzen nachzugehen. So existieren Internetseiten, auf denen es für diverse Musikstilrichtungen einen eigenen Kanal gibt (RauteMusik, o.J.).

Ebenso wie beim klassischen Radio ist der Nutzer nur Empfänger und bekommt keine direkte Mitgestaltungsberechtigung für das Sendeprogramm.

Durch die Auswahl des am besten treffenden Kanals, schränkt der Nutzer die zu erwartende Musik lediglich ein, einen direkten Einfluss auf die Musikreihenfolge und Titelauswahl erhält er nicht. Somit zählen auch Webradio-Musik-Streaming-Dienste nicht zu den Musik-Streaming-Diensten, welche im Folgenden thematisiert werden.

2.3 Charakteristika von legalem Musik-Streaming und Schwarzkopieren

Um ein Verständnis davon zu entwickeln oder Erkenntnisse zu vertiefen, was Musik-Streaming und Schwarzkopieren beinhaltet, werden diese besprochen und in Verbindung zueinander gesetzt.

2.3.1 Musik-Streaming

Beim legalen Musik-Streaming ist es laut Rötter (o.J.) essenziell, dass der Musik-Streaming-Dienst die nötigen Rechte besitzt um die Musik anbieten zu dürfen. So werden in Zusammenarbeit mit Musikverlagen und Verwertungsgesellschaften Entgelte beschlossen, welche durch einen definierten Schlüssel (Spotify, o.J., a) ausgeschüttet werden. Um sich selbst zu finanzieren und jene Entgelte zu zahlen,

müssen legale Musik-Streaming-Dienste Geld generieren. Dies wird in der Regel durch ein Abonnement oder durch Werbung erwirtschaftet (Spotify, o.J., b).

Somit ist es den legalen Musik-Streaming-Dienstleistern möglich Werbung zu schalten und Applikationen für unterschiedliche Endgeräte zu programmieren und bereit zu stellen.

Um dem Nutzer einen möglichst unkomplizierten Zugriff auf die Musik-Datenbank zu gewährleisten, sind die hinterlegten Werke umfangreich indexiert. So ist es für den User möglich schnell nach Titel, Album oder Interpret zu suchen und sich bei Bedarf genreähnliche Musik vorschlagen zu lassen.

Je nach Anbieter und Preismodell variieren die möglichen abrufbaren Leistungen, dies ist bei Deezer (o.J., a) anschaulich dargestellt. Der Nutzer bekommt im Rahmen dessen die Möglichkeit zu entscheiden, auf welchem Endgerät er den Musik-Streaming-Dienst nutzen möchte. Des Weiteren wird besonders im Bereich der Premium-Angebote gesteigerter Wert auf die Soundqualität gelegt. So sind dort MP3-Dateien mit einer hohen Soundqualität üblich. Da es sich um einen legalen Service handelt, ist die Integration von sozialen Netzwerken weit verbreitet. Dies wird zumeist genutzt um befreundete User zu finden, die bereits in einer Freundesliste eines sozialen Netzwerkes vermerkt wurden. Diese befreundeten User sind je nach Anbieter in der Lage, Empfehlungen für andere User zu generieren und mit Ihnen zu interagieren.

2.3.2 Schwarzkopien

Um eine Schwarzkopie anfertigen zu können, bedarf es immer einer Ursprungsdatei. Dabei ist nicht relevant, ob diese Ursprungsdatei gekauft oder anderweitig bezogen wurde. Die unbefugte Vervielfältigung und Verbreitung eines geschützten Werks verstößt gegen geltendes Recht (Urheberrecht). Da es sich in diesem Fall um Musikdateien handelt, welche ein Informationsgut darstellen, gilt wie für die Vervielfältigung anderer Informationsgüter nach Linde (2005) der

folgende Leitsatz: Hohe Produktionskosten, verschwindend geringe Vervielfältigungskosten.

So gehören zwei Seiten zu einer Schwarzkopie: Es muss jemanden geben, der die Ursprungsdatei bezieht um diese ggf. zu digitalisieren und anschließend im Internet hoch zu laden. Die andere Seite besteht aus demjenigen, der durch einen bestimmten Verweis an die hochgeladene Datei gelangt, diese herunterlädt und somit eine Schwarzkopie anfertigt.

Um an einen Verweis mit einer Zielformat zu gelangen, benötigt der Schwarzkopierer je nach Verfahren eine Suchmaschine (Aschermann, 2014, a). Es ist jedoch nie sicher, ob der potenzielle Schwarzkopierer auch den Eintrag findet nach dem er sucht. Außerdem sind Dateinhalt und Qualität ebenso ungewiss.

Hinzu kommt die Tatsache, dass dies eine illegale Handlung darstellt. So besitzt nicht nur die Polizei Interesse daran Schwarzkopierer zu verfolgen. In den letzten Jahren hat sich für einige Rechtsanwälte ein lukrativer Geschäftszweig aufgetan, in dem sie in Absprache mit Rechteeignern Schwarzkopierer abmahnen.

Um einer solchen Abmahnung zu entgehen, werden Bezugs- und Anonymisierungstechniken genutzt um die eigene Identität zu verschleiern.

2.3.3 Koexistenz

Bis vor wenigen Jahren existierten in Deutschland noch keine Musik-Streaming-Dienste, erst im Jahre 2012 nahm ihre Verbreitung rasant zu (BVMI, 2014, Grafik S. 7).

Bisher ist es nicht klar, wie stark sich die Musik-Streaming-Dienste auf das Schwarzkopierverhalten der Deutschen ausgewirkt haben und es in der Zukunft noch werden.

Einer parallelen Nutzung beider Bezugsmöglichkeiten sprechen nur die jeweiligen Vor- und Nachteile entgegen. Rein technisch betrachtet existieren keine Beeinträchtigungen.

Da Musik-Streaming-Dienste einige Vorteile aufweisen, wie eine gute Indexierung, eine konstante Qualität, Interaktivität und nicht zuletzt Legalität, ist eine Auswirkung auf das Schwarzkopierverhalten durchaus plausibel. Dagegen spricht der individuelle Wunsch eine eigene Musikkollektion zu erstellen, welche auf Lebenszeit Bestand hat.

2.4 Musikrecht

Im folgenden Abschnitt wird auf die in Deutschland geltenden rechtlichen und verwertungsrelevanten Rahmenbedingungen des Musikrechts eingegangen und diese näher erläutert.

Dies dient dem Überblick, welcher von Bedeutung ist, um Rahmenbedingungen des deutschen Musikmarkts im Kontext miteinander zu sehen.

2.4.1 Urheberrecht und Leistungsschutzrecht

Das Urheberrecht regelt und schützt Werke und somit das geistiges Eigentum ihrer Schaffenden - dies sind in der Regel Komponisten, Autoren, Künstler und Produzenten. Ist erst ein Werk aus einer selbstgeschaffenen kreativen Leistung hervorgegangen und veröffentlicht worden, so erhalten sowohl die Schaffenden als auch die geschäftlich Verbundenen daran Nutzungsbefugnisse. Dies ist im Urheberrechtsgesetz §11/Allgemeines geregelt.

Weiterführende Regelungen betreffend des Urheberpersönlichkeitsrechts sind unter anderen im Urheberschutzgesetz (Dejure, o.J.) unter den folgenden Paragraphen vermerkt:

§12 Veröffentlichungsrecht

§13 Anerkennung der Urheberschaft

§14 Entstellung des Werkes

§ 15 Allgemeines

2.4.2 Verwertungsgesellschaften

Unter Verwertungsgesellschaften sind Institutionen zu verstehen, welche sich für den Schutz und die Wahrung der Verwertungsrechte von Urhebern und Inhabern einsetzen. Diese Institutionen werden in Deutschland privat geführt und besitzen nahezu eine Monopolstellung. Als Handlungsgrundlage dient hierfür das Gesetz über die Wahrnehmung von Urheberrechten (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz) und verwandten Schutzrechten.

Die bekannteste in Deutschland agierende Verwertungsgesellschaft ist die profitneutrale Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte, abgekürzt GEMA. In der GEMA sind derzeit über 65.000 Mitglieder organisiert, welche sich aus Komponisten, Textautoren und Musikverleger zusammensetzen. Des Weiteren werden über zwei Millionen internationale Rechteinhaber durch die GEMA vertreten.

Sie kümmert sich neben dem Urheberschutz auch um die Nutzungsentlohnung. Ausgeschüttet wird die Entlohnung an ihre Mitglieder durch einen definierten Schlüssel (GEMA, o.J.).

2.4.3 Digital Rights Management (DRM)

Das Digital Rights Management, kurz DRM, hat die Aufgabe Urheberrechte von digital verfügbaren Werken zu verwalten und zu wahren und Schwarzkopieren vorzubeugen.

Um diese Rechte zu wahren, wurden Kopierschutze in Werken implementiert sowie eigene Systeme (DRMS) geschaffen, welche eine illegale Verbreitung unterbinden sollen (Damaschke 2012). Als nachhaltig hat sich die Methode des On Demand-Streaming etabliert, da der User die angefragten Dateien nie besitzt, sondern nur flüchtig speichert – zu Anbietern gehören im Musikbereich unter anderen Spotify, AMPYA oder Simfy.

2.4.4 Schwarzkopieren via Peer-to-Peer und Filehoster

Schwarzkopieren stellt, wie bereits unter 2.1.2 beschrieben, eine Vervielfältigungstechnik dar, welche gegen das geltende Recht verstößt. Dabei gibt es derzeit zwei oft verwendete Kopie-Ansätze, das ist zum einen die Peer-to-Peer Methode und zum anderen die Vervielfältigung via Filehoster.

2.4.4.1 Peer-to-Peer

Der Begriff „Peer“ hebt bei dieser Bezugstechnik eine elementare Charakteristik hervor, denn „Peer“ bedeutet „Gleichrangiger“ und sie stellt in einem Peer-Netzwerk eine Verbindung von Gleichberechtigten dar. Ein User, welcher eine Datei herunterlädt wird auch gleichzeitig zur Quelle für andere, somit geht der User eine mehrspurige Verbindung ein. Zu dem bekanntesten Peer-to-Peer-Schwarzkopierverfahren zählt BitTorrent. Bei diesem Verfahren loggt sich der User über einen Client in das Torrent-Netzwerk ein, welches primär den Datenaustausch zum Ziel hat. Im nächsten Schritt wird über eine Suchmaschine eine Zielquelle bzw. eine Torrent-File gesucht, welche im Anschluss von dem Client als Downloadinformation genutzt wird. Dies hat den Vorteil, dass so Dateien sehr schnell heruntergeladen werden können. Aber auch den Nachteil, dass sich der User im Falle einer urheberrechtlich-geschützten Datei strafbar macht und dies einfach nachvollzogen werden kann.

2.4.4.2 Filehoster

Diese Bezugsquelle erlebte in den vergangenen Jahren einen enormen Nutzerzuwachs (Gulli, 2009). Objektiv betrachtet kann man den Unterschied zum Schwarzkopieren via Peer-to-Peer leicht hervorheben – die Übertragung ist sicherer (Aschermann, 2014, b). Dieses Merkmal unterliegt jedoch Schwankungen und ist daher relativ zu sehen. Es hängt immer vom Filehoster ab, mit welcher Bandbreite

er die Dateien bereit stellt. Oft machen Filehoster Gebrauch von zwei Preismodellen (Uploaded, o.J.). Ein Modell mit reduzierter Downloadgeschwindigkeit und weiteren Einschränkungen zum kostenlosen Gebrauch. Und ein zweites Modell gegen ein monatliches Entgelt, eine Premiumversion mit hoher Bezugsgeschwindigkeit und weiteren Vorteilen. Die Nutzer sind in der Regel sicherer vor einer Rechtsverfolgung, da ihre Identität meist nur über das Offenlegen der Zugriffs-IP-Adressen seitens des Filehoster möglich ist. Die IP-Adressen können nicht wie bei Peer-to-Peer-Netzwerken selbstständig ermittelt werden (Johannsen, 2009). Eine Verbreitung bei dieser Bezugstechnik erfolgt über eine Ursprungsdatei, das Bereitstellen eben dieser Datei auf einem Filehoster. Anschließend wird meist in Foreneinträgen oder speziellen Websites auf diese Datei hingewiesen. Der User muss zum Anfertigen der Schwarzkopie lediglich diese Datei finden und herunterladen.

2.5 Technische Entwicklung

Im Folgenden wird die technische Entwicklung der Kommunikationstechnik in Deutschland behandelt. Es wird des Weiteren näher auf den Netzausbau eingegangen und aufgezeigt, wie die Endgeräte für den heutigen Medienkonsum weiterentwickelt wurden.

2.5.1 Netzausbau

Das Telefonnetz hat sich in den letzten 20 Jahren auf zwei Sektoren verändert. Der erste Sektor ist das Festnetz, welches in Haushalten und Unternehmen zu finden ist. Der Zweite ist das mobile Netz, welches über Funk kommuniziert und von Handys beziehungsweise Smartphones empfangen wird.

Der Zugriff über das Festnetz erfolgte in verschiedenen Evolutionsschritten, welche immer einen Zuwachs an Datendurchsatz mit sich brachten.

Anschluss	bit / sec.*	Download von 1MB in Minuten : Sekunden	DSL-speed
Analog-Modem	56k	2:26	
ISDN (1 Kanal)	64k	2:08	
DSL light	384k	0:22	6 x ISDN
DSL	768k	0:11	12 x ISDN
DSL 1500	1.536k	0:06	24 x ISDN
DSL 2000	2.048k	0:04	36 x ISDN
DSL 3000	3.072k	0:03	48 x ISDN

Abbildung 1 - Internet Datenrate, bis DSL 3000

(Landesakademie für Fortbildung und Personalentwicklung an Schulen, (o.J.))

DSL 6000 Download: max. 6.016 kBit/s Upload: max. 576 kBit/s	DSL 16000 Download: max. 16.000 kBit/s Upload: max. 1.024 kBit/s	VDSL 25 Download: max. 25.064 kBit/s Upload: max. 5.120 kBit/s	VDSL 50 Download: max. 51.392 kBit/s Upload: max. 10.240 kBit/s	VDSL 100 / Fiber 100 Download: max. 100 MBit/s Upload: von 40 bis max. 50 MBit/s	Fiber 200 Download: max. 200 MBit/s Upload: max. 100 MBit/s
---	---	---	--	---	--

Abbildung 2 - Internet Datenrate, bis Fiber 200

(Telekom Deutschland GmbH, o.J.)

Der mobile Sektor hat eine ähnliche Evolution im Bereich des Datendurchsatzes erlebt.

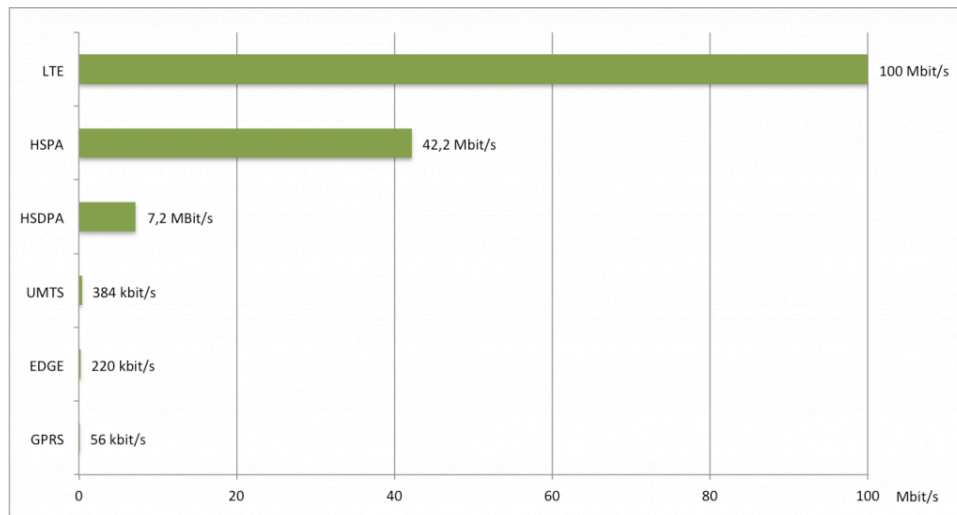


Abbildung 3 - Mobilfunk Datenrate, bis LTE

(Speroni & Bauer GbR, o.J.)

Durch eine stetige Steigerung des maximalen Datendurchsatzes ist es nun möglich, fast uneingeschränkt Daten On Demand zu streamen, ohne mit nennenswerten Wartezeiten rechnen zu müssen.

Laut einem jährlichen Test der Zeitschrift Connect betreibt die Deutsche Telekom, beziehungsweise T-Mobile, im Jahr 2013 das beste deutsche Mobilfunknetz (Theiss, 2013) mit einer nahezu vollständigen Netzabdeckung im Bereich der 3G- und LTE-Funktechnologie.

Somit ist es gerade für Nutzer in Ballungsgebieten möglich, fast uneingeschränkt mobile Daten über ein Hochgeschwindigkeitsnetzwerk zu beziehen.

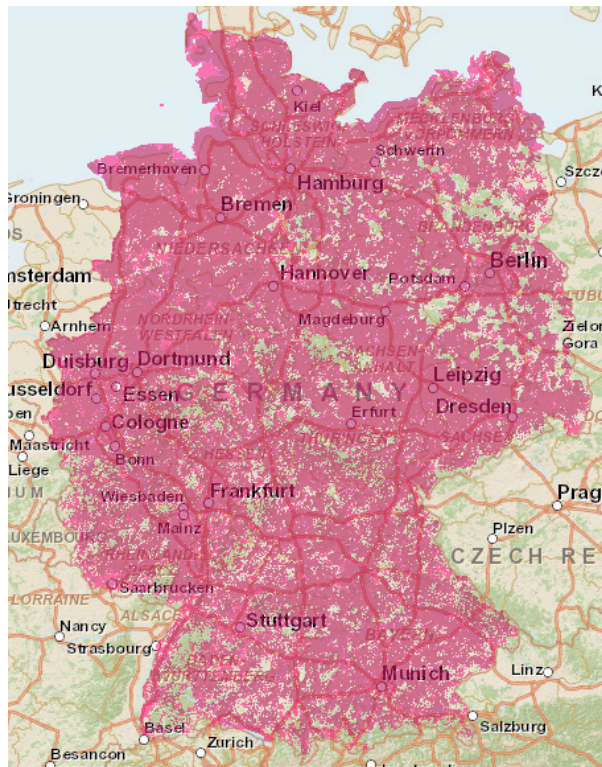


Abbildung 4 - Netzausbau Telekom, Mobile Daten (3G und LTE)

(T-Mobil, Telekom Deutschland GmbH, o.J.)

2.5.2 Endgeräte

Die Art und Weise mit welcher derzeit Medien, insbesondere in Form von Musik, konsumiert werden, hat sich innerhalb der letzten Jahre deutlich verändert – sie ist mobiler geworden.

In den 90er Jahren wurde Musik meist über Schallplatte, Kassette und CD konsumiert. Schallplatten waren aufgrund ihrer Ton-Lesetechnik nicht für einen mobilen Gebrauch geeignet. Kassetten und CDs dagegen waren durchaus in der Lage mobil über einen Kassettenrecorder oder CD-Player wiedergegeben zu werden, jedoch wurde durch die zunehmende technische Leistung von Heimcomputern das Datenformat MP3 immer populärer. Durch dieses Format war

es möglich, Audiodateien zu komprimieren und in großer Menge abzuspeichern. Im Zuge der technischen Entwicklung wurden Datenspeicher immer kleiner, preiswerter und wuchsen zudem in ihrem Fassungsvermögen.

So wurde der Weg für MP3-Player geebnet. Zu dem wohl populärsten MP3-Player gehört der iPod von Apple, welcher 2001 auf den Markt kam.

Auch Handys wurden um die Jahrtausendwende immer leistungsfähiger. So wurden Handys mit Farbdisplays ausgestattet, im Anschluss folgten Kameras, Speichermöglichkeiten, integrierte MP3-Player, Touch Screens, wachsende CPU-Taktungen, leistungsfähigere Akkus sowie Anpassungen an die aktuellsten Mobilfunk-Standards.

Heutige mobile Telefone werden in der Regel Smartphone genannt, dies unterstreicht die Vielseitigkeit dieser mobilen Endgeräte.

Auch Notebooks wurden durch sparsamere Prozessoren, effizientere Akkus und kompaktere Bauweisen immer mobiler. Derzeit verzeichnet die Computerhardware allerdings keine signifikanten Wachstumssteigerungen im Bereich der Desktop- und Notebook-Modelle. Dies ist unter anderen im wachsenden Tablet-Markt begründet. Im Jahre 2010 stellte Apple sein iPad vor und definierte damit ein komplettes Hardwaresegment, das der Tablet-Computer.

Tablets vereinen die Größe von Notebookbildschirmen mit der Technologie von Smartphones und stellen aufgrund ihrer kompakten Größe, langen Akkuleistung und geringem Gewicht eine äußerst mobile Alternative zu Notebook-Computern dar.

Die gängigen Tablet-Modelle lassen sich über Bluetooth oder WLAN mit dem Internet verbinden oder besitzen sogar einen eigenen Hochgeschwindigkeits-Mobilfunkanschluss.

Somit sind User heute in der Lage ortsunabhängig Daten über das Internet abzurufen und zu konsumieren. Dies wurde durch sinkende Datenpaket-Preise, so

genannte Flatrates, gefördert. Dabei erhält der User ein Hochgeschwindigkeits-Datenvolumen für sein Endgerät, welches erst nach Überschreitung der Höchstmenge gedrosselt wird.

2.6 Eigenschaften von Schwarzkopierern

Es existiert eine Vielzahl von Erkenntnissen über Personen, welche zum Schwarzkopieren von Musikstücken neigen. Da es jedoch diverse relevante Charakteristika gibt, welche unterschiedlich auftreten können, sollten diese nicht verallgemeinert werden. Dennoch zeichnen sich deutliche Neigungen und Tendenzen ab, die vermehrt bei Schwarzkopierern zu finden sind.

Zu der größten Gruppe der Musik-Schwarzkopierer zählen Schüler und Studenten (Aupperle/Microsoft 2010). Sie sind vermehrt männlich (Linde und Stock 2011, S. 544), haben eine Affinität zu Technik (Seale 2002), ein hohes Maß an Freizeit und ein geringes Budget (Wade, 2004). So gibt es diverse Anreize für potenzielle Schwarzkopierer um tätig zu werden. Je höher der Preis des Stückes und die Bandbreite der Internetanbindung, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit einer Schwarzkopie (Linde und Stock 2011, 550).

Des Weiteren ist der Reiz zum Schwarzkopieren stark von dem „Optimum Stimulation Level“ abhängig.

Wissenschaftlich spricht man vom „Optimum Stimulation Level (OSL)“ (Raju 1980), wonach jeder nach seinem individuellen idealen Stimulationsniveau sucht. Sind die externen Stimuli zu niedrig, wird eine Intensivierung angestrebt, sind sie zu hoch, besteht das Bestreben, sie zu reduzieren. Das OSL korreliert stark mit demographischen Variablen wie Alter, Geschlecht, (Aus-)Bildung und Beschäftigungsstatus. Wie bei den Schwarzkopierern auch zu beobachten, ergibt sich:

High-OSL consumers are relatively younger, more educated, better employed, and more likely to be male than low-OSL consumers (Sinha/Mandel 2008, 2 mit

Verweis auf Raju 1980 und Zuckermann 1994, S. 114)

Konsumenten mit einem hohen OSL, das konnten Sinha und Mandel (2008) empirisch belegen, neigen zum Schwarzkopieren. Sie tendieren stärker dazu neue Künstler und Songs auszuprobieren und zeigen eine höhere Bereitschaft, dabei Risiken einzugehen, wie sie das illegale Downloaden mit sich bringt, so Linde und Stock (2011, S. 544).

3 Musikmärkte

Im folgenden Kapitel soll ein Überblick über Musikmärkte gegeben werden. Dabei wird auf den Einfluss der Digitalisierung eingegangen, die Musikmärkte miteinander verglichen und das Musik-Streaming in diesem Zusammenhang thematisiert.

3.1 Einfluss der Digitalisierung

Durch den zunehmenden Einfluss der Digitalisierung hat sich der Musikmarkt stark gewandelt. Nicht zuletzt ist das Musikkomprimierungsformat MP3 und die fortschreitende Entwicklung der Endgeräte daran beteiligt.

3.1.1 Auswirkung auf den Tonträgerabsatz

Mit der Verbreitung von Privat-Computern und einer immer weiter steigenden Internetbandbreite, sowie nicht zuletzt die Einführung der MP3 im Jahre 1999, gingen die Verkäufe von Musik-CDs immer weiter zurück. Durch die Möglichkeit Musikdateien digital zu vervielfältigen und kostenlos zu verbreiten, entstanden neue Bezugsmöglichkeiten für den Verbraucher. Ebenso besetzten Webradios, Klingeltöne und Musikvideos immer mehr Marktanteile des physischen Tonträgermarktes. Diese Auswirkungen, so wie im Weiteren beschriebene Veränderungen, werden in der Grafik des BVMI ersichtlich. In dieser Grafik wird der deutsche Musikmarkt der letzten 30 Jahre gezeigt und Marktanteile und Eintrittszeitpunkte farblich hervorgehoben.

Die Kombination an alternativen Bezugsquellen hatte eine verheerende Auswirkung auf die Umsatzentwicklung des physischen Tonträger-Marktes. So wird davon ausgegangen, dass bereits im Jahre 2001 mehr CD-Alben gebrannt als gekauft wurden. Im Jahre 2003 startete in Deutschland der Online-Musikdienst Musicload

und ein Jahr später iTunes. Dies stellte in gewisser Weise einen Wendepunkt dar, denn fortan konnten nun legal Musikstücke via Download erworben werden.

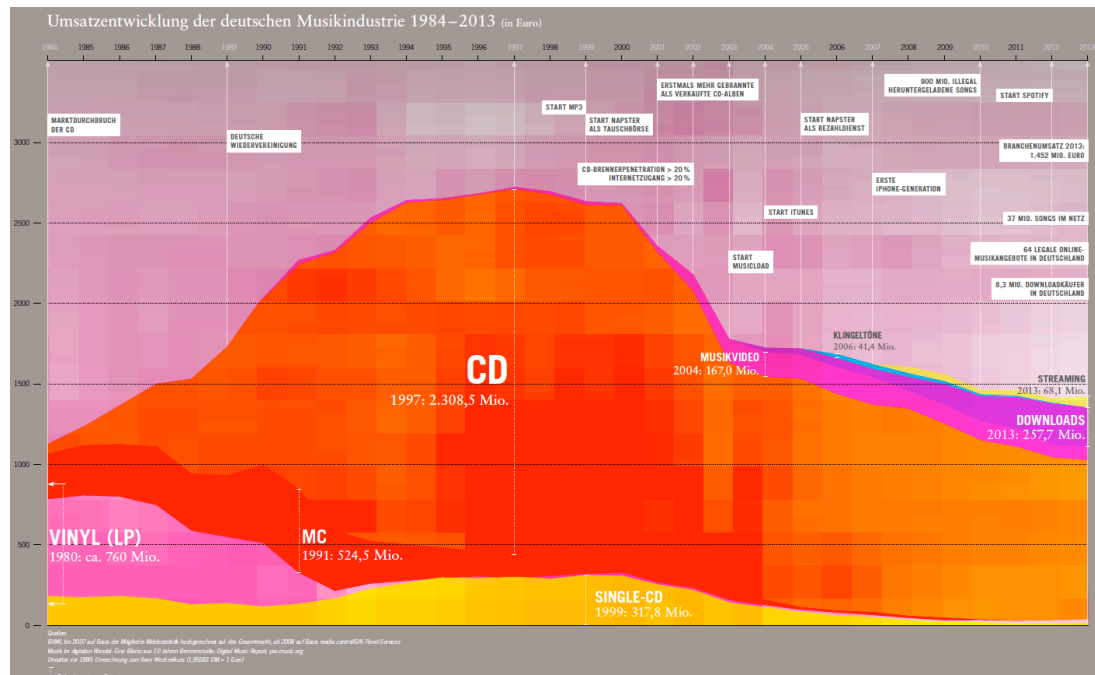


Abbildung 5 - Umsatzentwicklung der deutschen Musikindustrie 1984 - 2013

(Bundesverband Musikindustrie e.V., 2014, S.7)

Den Anfang einer neuen internetbasierten Bezugsmöglichkeit, den der Musik-Streaming-Dienste, machte 2007 Napster. Im Jahr 2012 traten Spotify (Rego, 2012) sowie diverse weitere Musik-Streaming-Dienste auf den deutschen Markt. Dies stellte einen massiven Wendepunkt im digitalen Musikbezug dar. Fortan war es möglich, kostenlos oder im Abonnement Musik in unbegrenzter Menge zu konsumieren, ohne eine spezielles Werk erwerben zu müssen. Derzeit ist jedoch noch offen, wie sich Musik-Streaming-Dienste auf den Absatz von Tonträgern in Deutschland auswirken werden. Die USA verzeichneten im Jahre 2013 jedoch erstmals einen Rückgang an Erlösen aus dem Verkauf der digitalen Tonträger (Christman, 2014). Ähnlich wie in Deutschland wuchs der Markt für Musik-Streaming-Dienste in den USA in den vergangenen Jahren stark, so ist eine Einflussnahme dieser Dienste auf den digitalen Tonträgermarkt naheliegend, so Christman.

3.1.2 Veränderung der Einnahmeressourcen

Im Folgenden soll aufgezeigt werden, dass sich die Musikindustrie im Zuge der Digitalisierung wieder weiter von einem einseitigen Produktportfolio entfernt hat - welches bis zum Ende des letzten Jahrtausends der Stand war.

Die Musikindustrie, wie in der Grafik im vorangegangenen Kapitel ersichtlich, bediente bis zum Ende der 80er Jahre verschiedener Absatzmärkte, dazu zählten Vinyl-Langspielplatten, Kassetten und CDs (Single und Album). Bis zum Ende der 90er Jahre stieg der Marktanteil der CD drastisch an und wurde so zum Hauptabsatzprodukt der Musikindustrie. Somit war der Absatzmarkt denkbar überschaubar in seiner Komplexität und seiner Erlösquelle, der CD. Im Zuge der Digitalisierung verlor die CD als Absatzmedium immer mehr an Relevanz und wie bereits in 3.1.1 erwähnt, wurden neue Absatzkanäle geschaffen, die den wachsenden Umsatzrückgang entgegen wirken.

Je nach Segment schwanken die Mengen jedoch sehr stark und trotz der Vielzahl an neuen Segmenten bleibt die CD das Produkt mit der höchsten Marktanteil. Demnach fungieren die weiteren Segmente aus Sicht der Musikindustrie zur Schadensbegrenzung, welche aus dem Rückgang der CD-Verkäufe resultiert. Aufgrund der gewachsenen Menge an Segmenten, ist es deutlich aufwendiger und komplexer geworden die verschiedene Marktsegmente zu überblicken und zu bedienen.

Unklar ist bislang, welche Rolle den Musik-Streaming-Diensten dabei in der Zukunft zuteil wird. In der 28. Ausgabe des Focus im Jahr 2014 / Seite 67 äußert sich der Zentraleuropa-Chef von Universal, Frank Briegmann wie folgt: „Jemand, der streamt, würde ohnehin keine CD kaufen.“ So heißt es weiter: „Vor allem Zehn- bis 29- Jährige haben in den vergangenen Jahren aufgehört, Musik zu kaufen, und nutzten häufig illegale Quellen. Beim Streaming ist nun die Hälfte der Nutzer unter 30, sodass wir damit Menschen zurückgewinnen.“ Setzt man diese Aussage in einen Kontext zu den Daten des schwedischen Markts, auf dem im Jahr 2013 21 % physische Tonträger verkauft wurden und 66 % durch Musik-Streaming-Dienste

erwirtschaftet wurde (BVMI, 2014, S.55), so bleiben Zweifel an der Beständigkeit dieser Aussagen.

3.1.3 Unterschiede zwischen Streaming und Downloads

Technisch gesehen unterscheiden sich via Streaming bezogene Dateien von denen via Download Bezogenen in ihrem Speicherverhalten. Ein Download ist dafür ausgelegt, auf einem nicht flüchtigen Speichermedium auf unbestimmte Zeit oder für einen definierten Zeitraum, zur Verfügung zu stehen. Dieser Download kann für gewöhnlich, sofern nicht in einem DRM-System befindlich, nach Belieben vervielfältigt werden. Ein Stream wird auf einem flüchtigen Speicher hinterlegt (Grün, 2012), je nach Umfang der Datei wird nur ein Teil der Gesamtmenge auf diesem gespeichert und mit Fortschreiten der Wiedergabe wieder gelöscht. Wie bereits erwähnt sind via Download bezogene Dateien in der Regel einfach zu vervielfältigen, das ist in einem meist leicht zu umgehenden Kopierschutz begründet. Der Vorteil von Streaming besteht darin, dass die Dateien für gewöhnlich nur über das integrierte DRM-System (Patel, 2012) abgerufen werden können, welches in die Software integriert ist und für den normalen Endverbraucher eine Vervielfältigung nahezu unmöglich macht. Die einzige Möglichkeit diesen Kopierschutz zu umgehen, stellt speziell auf den Mittschnitt ausgelegte Software dar. Diese Software ermöglicht es die abgerufenen Informationen in Echtzeit zu einer vollständigen Datei umzuwandeln und gegebenenfalls mit weiteren Informationen zu versehen (Audials, o.J.). Diese Methode verlangt jedoch einen sehr hohen Zeitaufwand und stellt für den Nutzer zudem nur bedingt einen Mehrwert dar. Zu den bekanntesten Anbietern hiervon gehören Audials und Wondershare.

3.2 Musikmärkte im Vergleich

Im folgenden Kapitel wird auf die einzelnen Musikmärkte und ihre Charakteristika eingegangen. Dies ist insofern wichtig, da sich Unterschiede aufzeigen, welche sich auf die Argumentationen im weiteren Verlauf auswirken werden.

3.2.1 Physische und digitale Tonträger

Wie bereits im Kapitel 3.1 thematisiert, verliert der Markt für physische Tonträger in Deutschland immer weiter an Marktanteilen. Die Gründe dafür liegen auf der Hand: Erstens sind sie weniger flexibel (Inhalt der CD ist vorgegeben) als digitale (einzeln beziehbar) und zweitens nicht überall und zu jeder Zeit verfügbar. Somit setzt der Markt für physische Tonträger in erster Linie auf Sammler und Personen, welche sich mit der Adaption von neuen Technik schwer tun. Das Alter dieser Personen ist vermehrt über 30 Jahren wie in der Grafik aus 2013 zu erkennen ist.

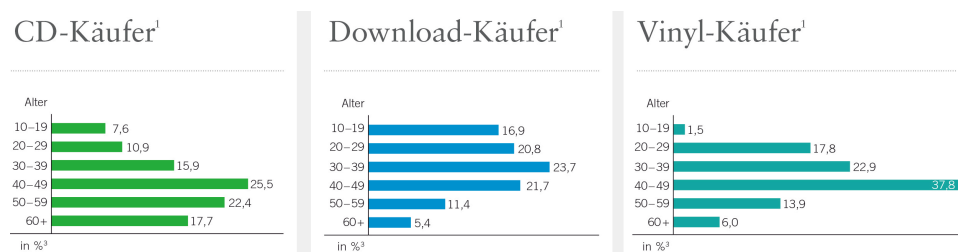


Abbildung 6 - Alterssegmentierung Tonträger 2013, in Deutschland

Quelle: (Bundesverband Musikindustrie e.V., 2014, S. 35)

Bezüglich Qualität und Auswahl verschwinden die Grenzen immer weiter. Musik-Streaming-Dienste wie WiMP sind mittlerweile in der Lage verlustfrei Musikstücke in CD-Qualität zu streamen (WiMP, o.J.). Auch die Argumentation, dass User lebenslang eine Musiksammlung zusammentragen möchten, so wie es bisweilen der Fall war, wird möglicherweise nach und nach hinfällig. Die heranwachsende Generation der unter 19-Jährigen hat nicht mehr das Verhältnis zu einem analogen Musikstück wie beispielsweise ein 40-Jähriger. Dies wird in der obigen Grafik anhand der CD- und Vinyl-Käufe im Vergleich zu den digitalbezogenen Käufen ersichtlich. Diese Personengruppe ist mit dem Internet aufgewachsen und damit vertraut Musik On Demand zu erhalten, sei es via YouTube, SoundCloud oder Spotify. So stellt sich die Frage: Warum sollte diese nachwachsende Personengruppe ein Tonträgermedium missen, zu dem es so gut wie gar kein Verhältnis hat? Somit verschmelzen die Argumente gegen digitale Tonträger immer

weiter. Da in Deutschland jedoch immer noch der Hauptanteil der Einnahmen mit physischen Tonträger erzielt wird und neue Musik-Konsummethoden nur langsam auf den Markt drängen, wird in den nächsten Jahren die CD weiterhin ihre Daseinsberechtigung behalten.

3.2.2 Ländervergleich

Um einen Überblick der Märkte zu erhalten, welche für diese Studie relevant sind, werden kurz die Charakteristika der Tonträgermärkte in Schweden, Großbritannien, Niederlande und Deutschland aufgezeigt und besprochen.

Land	Market Shares		Umsatz in Mio. US\$ 2013 ²			Veränderungsraten 2012/2013 ²			Digitalanteil 2013 ² am Gesamtumsatz ¹
	2012	2013 ²	Physisch	Digital	Gesamt ¹	Physisch	Digital	Gesamt ¹	
Deutschland	8,6%	9,1%	1.000	281	1.365	-1,5%	8,9%	1,1%	20,6%
Großbritannien	8,1%	8,7%	571	571	1.303	-6,4%	11,9%	2,2%	43,8%
Frankreich	6,0%	6,4%	609	220	956	0,8%	0,5%	1,3%	23,0%
Italien	1,4%	1,6%	133	64	239	-4,8%	17,3%	8,3%	26,8%
Niederlande	1,3%	1,4%	102	72	206	-19,2%	56,1%	0,1%	35,1%
Schweden	1,2%	1,3%	41	135	194	-30,1%	25,3%	5,7%	69,7%
Spanien	1,1%	1,0%	72	45	151	-22,8%	-0,5%	-12,4%	29,7%
Norwegen	0,7%	0,8%	25	81	120	-30,4%	20,6%	2,4%	67,4%
Österreich	0,8%	0,8%	77	26	120	-8,3%	12,0%	-1,5%	21,6%
Schweiz	0,8%	0,8%	64	42	116	-18,8%	1,9%	-10,9%	36,5%
Belgien	0,8%	0,8%	62	30	114	-24,1%	33,7%	-9,6%	26,7%
Dänemark	0,6%	0,6%	28	52	95	-19,1%	25,8%	4,7%	54,7%
Polen	0,5%	0,5%	52	11	69	-16,9%	48,8%	-11,6%	15,3%
Finnland	0,5%	0,5%	38	20	68	-12,6%	29,2%	-4,2%	30,1%
Irland	0,3%	0,3%	18	21	46	-29,6%	22,4%	-7,5%	45,8%

ABBILDUNG 28:
Umsätze aus dem europäischen Musikverkauf¹ 2012–2013

¹Basis: Umsatz zu Handelsabgabepreisen in Millionen US\$; physischer und digitaler Musikverkauf, Performance Rights, Synchronisation
²Trend, endgültige Zahlen lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor

Quelle: IFPI Recording Industry in Numbers 2014/Bundesverband Musikindustrie e.V.

Die Marktdaten der Tabelle werden im Folgenden näher aufgezeigt.

Abbildung 7 - BVMI – Musikindustrie 2012 und 2013 in Europa

(Bundesverband Musikindustrie e.V, 2014, Seite 55)

3.2.2.1 Schweden

Der schwedische Musikmarkt nimmt weltweit eine ganz besondere Rolle ein. Er gilt als digitaler Vorreiter und lässt Entwicklungen in anderen Ländern erst erahnen. Vom Umsatz gesehen stellt er jedoch im europaweiten Verhältnis nur eine mittlere Relevanz dar. So betrug im Jahr 2013 der Umsatz mit physischen Tonträgern 41 Mio. US \$. Der Umsatz mit digitaler Musik belief sich auf 135 Mio. US \$. Der Gesamtumsatz des schwedischen Musikmarkts lag bei 194 Mio. US \$.

3.2.2.2 Großbritannien

Der Musikmarkt in Großbritannien ist der zweitgrößte in Europa. Im Jahr 2013 lag sowohl der Absatz von physischen Tonträgern als auch die digitale Variante je bei 571 Mio. US \$. In der Gesamtheit gesehen setzte der Markt 1.303 Mio. US \$ um.

3.2.2.3 Niederlande

Der niederländische Musikmarkt spielt in Europa nur eine untergeordnete Rolle. Der Umsatz an physischen Tonträgern lag in 2013 bei 102 Mio. US \$. Digitale Musik konnte in dem Jahr einen Umsatz von 72 Mio. US \$ erzielen. Der Gesamtumsatz belief sich im Jahr 2013 auf 206 Mio. US \$ - damit ist der niederländische der fünftgrößte Musikmarkt in Europa.

3.2.2.4 Deutschland

Der deutsche Musikmarkt ist vom Umsatz gemessen der größte Markt in Europa und weltweit der Drittgrößte – hinter den USA und Japan. Die Musikindustrie in Deutschland setzte im vergangenen Jahr 1.365 Mio. US \$ um.

Der Anteil an physischem Musikverkauf belief sich auf 1.000 Mio. US \$. Dagegen lag der Anteil der digitalen Musikverkaufs bei 281 Mio. US \$. Im Bereich des Musik-Streaming steht Deutschland noch ein großes Wachstum bevor, so werden in Zukunft mit Sicherheit noch viele Anbieter auf den Markt drängen.

3.3 Musik-Streaming

Im Folgenden wird auf die technische Funktionalität von Musik-Streaming eingegangen und das Geschäftsmodell kurz erklärt. Es wird ein Überblick über den Markt gegeben, es werden Anbieter besprochen und näher auf die Verbindung des Schwarzkopierens zum Musik-Streaming eingegangen. Des Weiteren wird aufgezeigt, warum Schwarzkopierer eine potenzielle Zielgruppe darstellen können. Spotify bietet sich als Beispiel besonders an, da dieser Musik-Streaming-Dienst wie kein anderer den Markt geprägt hat, Erfahrungen öffentlich kommuniziert und über ein ausgereiftes Angebot verfügt.

3.3.1 Technische Funktionalität

In diesem Abschnitt wird auf die Funktionsweise des Musik-Streamings eingegangen und die Unterschiede der Wiedergabeweisen besprochen.

3.3.1.1 On Demand-Streaming und Offline-Wiedergabe

On Demand steht beispielhaft für Streaming, da es dessen Vorzüge nutzt. Somit werden die Zieldateien, welche über eine Nutzoberfläche/Programm ausgewählt und wiedergegeben werden, immer wieder auf ein Neues bereitgestellt. Demnach entsteht mit wiederholter Wiedergabe ebenfalls ein wiederholter Abruf der Datei und somit ein wiederholter Datenaustausch. Dies ist gerade bei mobilen Endgeräten von Relevanz, da Datenvolumen beansprucht wird. Im Rahmen ihrer Produktdifferenzierung offerieren die Anbieter zumeist eine Offline-Wiedergabe in Kombination mit der kostenpflichtigen Premium-Variante. Somit lässt sich der Verbrauch von mobilen Daten reduzieren. Durch das Selektieren der gewünschten Werke kann auch ohne eine bestehende Internetverbindung Musik konsumiert werden. Dadurch bekommt der Nutzer unter der Selektionsprämisse die

Möglichkeit Musik an jedem Ort zu hören, auch wenn keine Internetverbindung besteht. Lediglich die Begrenzung des Speichers limitiert den Nutzer. Dies verdeutlicht den Unterschied zwischen On Demand- und Offline-Wiedergabe klar. Für den Endnutzer ist es nicht möglich auf die Offline gespeicherten Musikdateien zuzugreifen, da die implementierten Digital Rights Management Systeme bisher lückenlos programmiert sind.

3.3.1.2 Qualität der Dateien

Der Umfang sowie das verwendete Komprimierungsformat der Musikfiles spiegelt maßgeblich die Klangqualität der wiedergegeben Musikstücke wieder. In den Premium-Abonnement-Modellen bieten einige Anbieter wie Spotify (Spotify o.J., c) eine Datenrate von 320 kBit/s an. Dies gehört jedoch nicht zwangsläufig zum Standard. AMPYA bietet lediglich eine Datenrate von maximal 256 kBit/s an (Schartel, 2013). Der Qualitätsunterschied von 320 zu 256 kBit/s ist jedoch nur für geübte Musikkonsumenten mit hochwertigen Wiedergabegeräten zu erkennen. Der Musik-Streaming-Dienst WiMP geht jedoch noch einen Schritt weiter und versucht seit 2013 eine neue Zielgruppe zu erschließen, die der Audiophilen. So bietet WiMP derzeit in seinem Premium-Modell für einen monatlichen Beitrag von 19,99€ Lossless Audio Flac & Aalac Files in einer HiFi-Qualität, mit einer Datenrate von bis zu 1.411 kBit/s (Brätelund, 2013). Musik-Streaming-Dienste decken somit fast lückenlos das komplette Qualitätsspektrum ab

In der folgenden Grafik ist die Datenmenge der verschiedenen Formate visualisiert und gegenübergestellt. Generell gilt, umso mehr Daten eine Sounddatei umfasst, desto höher ist ihre Qualität.

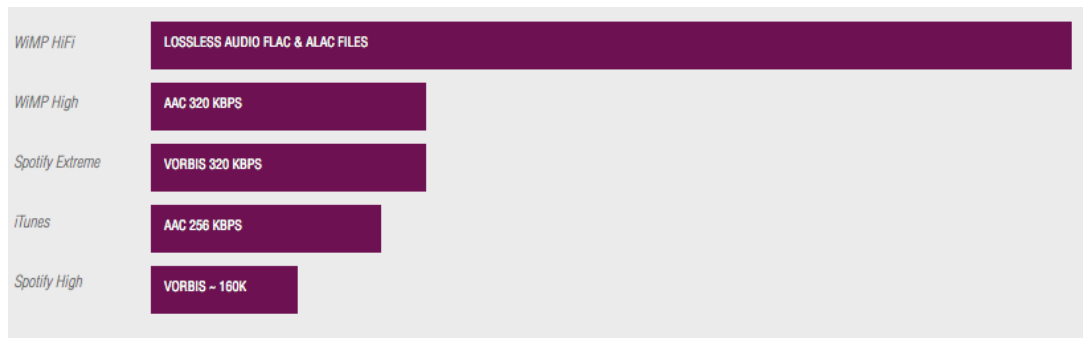


Abbildung 8 - Soundqualität und Datenrate im Überblick

(WiMP Music GmbH, o.J)

3.3.2 Geschäftsmodell

Dieser Bereich ist äußerst umfangreich und komplex, um nicht den Rahmen zu überschreiten wird im Folgenden das generelle Geschäftsmodell grob skizziert.

Ein Teil der Musik-Streaming-Dienste bieten neben kostenpflichtigen Abonnement-Modellen auch eine werbefinanzierte Variante ihres Services an. Diese Angebote bieten dem User meist einen reduzierten Leistungsumfang. Dieser Umfang steigt jedoch mit zunehmender Gebühr, so fallen Werbeeinblendungen weg und die Soundqualität und Endgerätevielfalt steigt.

Dieses erwirtschaftete Geld fließt fast komplett an die Verwertungsgesellschaften beziehungsweise die Künstler. Die verwendeten Ausschüttungsschlüssel variieren jedoch stark. Im Fall von Spotify beläuft sich die Summe, welche an die Rechteinhaber fließt pro Song durchschnittlich auf 0,6 bis 0,84 Cent. (Spotiy, o.J., b). Im Jahre 2011 veranschlagte Spotify 98 % seines Umsatzes als Handelskosten, hinzu kamen jedoch noch Kosten für Kreditinstitute. (Privco, 2013). Dies hatte zur Folge das Spotify trotz starkem Wachstum, global einen operativen Verlust von 59,1 Mio. US \$ verzeichnete.

Da sich dieser Wert auf das ganze Unternehmen Spotify bezieht, verbergen sich dahinter auch Gewinne einzelner Länder, jedoch wurden mehr Aufwendungen als Erlöse getätigt, was folglich zu diesem Verlust führt.

Dieses Vorgehen ist wohl im derzeit noch jungen und hart umkämpften Markt begründet. International gesehen ist noch nicht klar, welche Rolle Musik-Streaming-Dienste haben werden und ob sie in der Lage sind, den physischen und digitalen Tonträger-Markt zu verdrängen. Der Blick auf Skandinavien und dabei allen voran auf Schweden zeigt jedoch, dass dies durchaus der Fall sein kann. Nun stellt sich unweigerlich die Frage, kann das Geschäftsmodell der Musik-Streaming-Dienste lukrativer werden und auf Dauer, auch konzernübergreifend, Gewinne erzielen? Erst dann kann auch aus unternehmerischer Sicht von einer neuen Ära des Musikmarktes gesprochen werden.

3.4 Musik-Streaming-Dienste in Deutschland

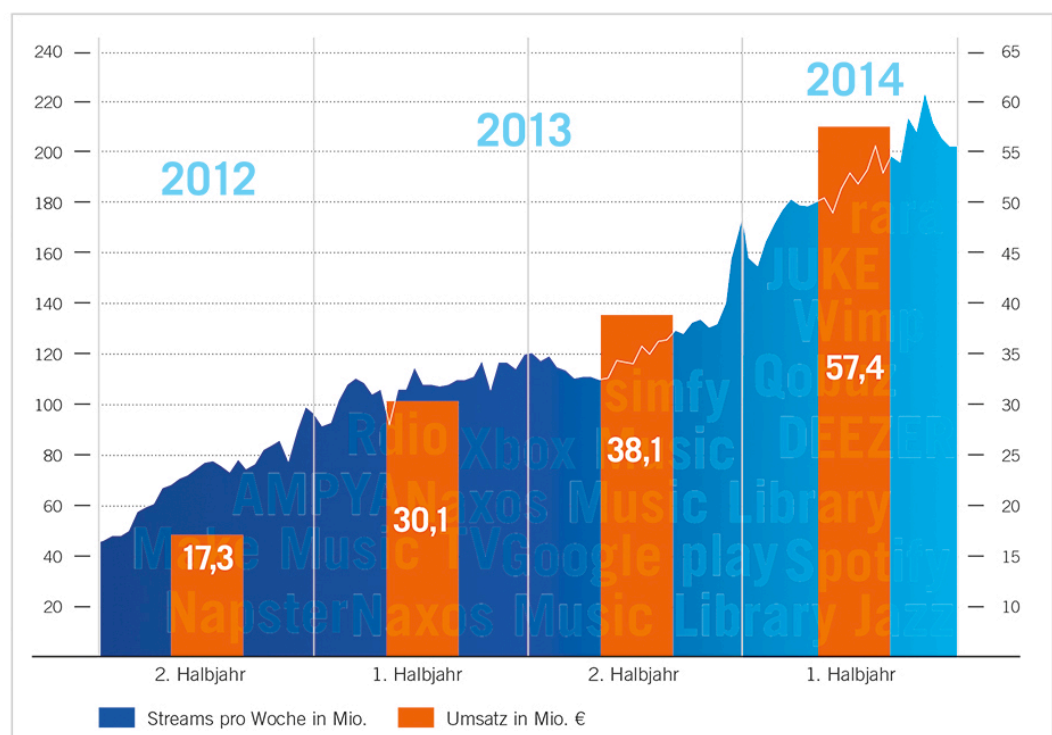
Der Markt für Musik-Streaming-Dienste ist in Deutschland noch recht jung. Zwar offerierte Napster am 09.12.2005 als erster Musik-Streaming-Dienst in Deutschland eine Musik-Flatrate mit 1,5 Mio. Songs zur Auswahl (Golem, 2005), führte jedoch gewissermaßen ein Schattendasein verglichen mit der Popularität heutiger Musik-Streaming-Dienste.

Erst in 2012 als die technischen Voraussetzungen für einen mobilen Konsum gegeben waren, stieg Spotify in den deutschen Markt ein und löste in Zusammenspiel mit dem Markteintritt weiterer Musik-Streaming-Dienste einen regelrechten Boom aus, wie in der Grafik des BVMI im nächsten Kapitel zu sehen ist.

3.4.1 Marktüberblick

In den vergangenen Jahren ist der deutsche Markt für Musik-Streaming-Dienste auf rund 15 Anbieter rasant gewachsen (BVMI, 2014). Dieses rapide Wachstum wird in der folgenden Grafik des BVMI anhand von Umsatzzahlen des zweiten Halbjahrs 2012 bis zum ersten Halbjahr 2014 dargestellt.

MUSIKSTREAMING ERKLIMMT NEUE HÖHEN: UMSATZ WÄCHST UM 91% IM 1. HALBJAHR 2014



Quelle: Bundesverband Musikindustrie e. V.; GfK Entertainment GmbH;
Absatz: Premium- und werbefinanzierte Streams der Audio-Streaming-Plattformen, Marktabdeckung ca. 96%
Umsatz: Meldestatistik (Audio- und Videostreaming) des BVMI umgerechnet auf den Gesamtmarkt

Abbildung 9 - Musik-Streaming-Dienste in Deutschland, 2012 - 2014

(Bundesverband Musikindustrie e.V., 2014)

Zwar wuchs der Umsatz vom 2. Halbjahr 2013 zum 1. Halbjahr 2014 von 38,1 Mio. auf 57,4 Mio. Euro. Jedoch nutzten einer Studie des BVMI zu Folge (2014, S.13) nur 14 % der Deutschen in 2013 das kostenlose Angebot der Musik-Streaming-Dienste. Wiederrum 10 % nutzen das Premium-Angebot – einschließlich Probeabonnements. Während der Anteil in Deutschland von Musik-Streaming-Diensten mit 4,7 % vergleichsweise gering ausfällt, ist er in Schweden mit 66 % etwa 14 Mal größer.

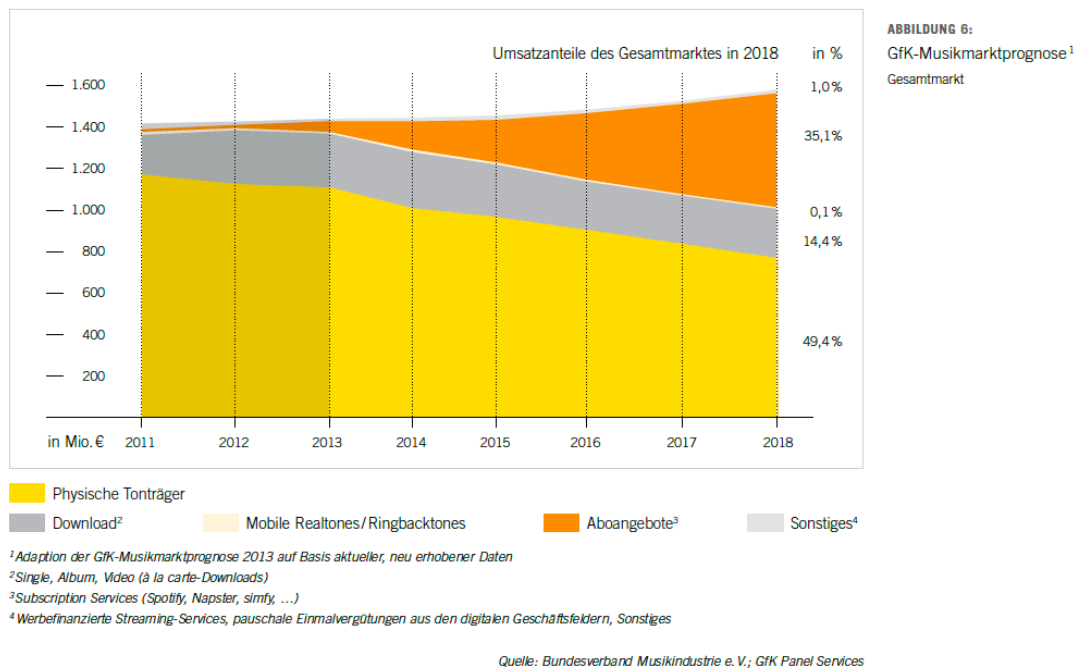


Abbildung 10 - Umsatzentwicklung und Prognose, des deutschen Musikmarkt

(Bundesverband Musikindustrie e.V, 2014, Seite 15)

Es wird jedoch erwartet, dass bis 2018 der Umsatzanteil von Abonnement finanzierten Musik-Streaming-Diensten in Deutschland auf 35,1 % anwächst, wie in der folgenden Grafik des BVMI zu sehen ist (BVMI, 2014, S.159).

3.4.2 Anbieter

Wie bereits im vorherigen Kapitel erwähnt, befinden sich auf dem deutschen Markt etwa 15 Musik-Streaming-Dienste. Im Folgenden wird auf drei von Ihnen näher

eingegangen und es werden die Angebotsmodelle erklärt. Das ist von besonderer Relevanz um im Weiteren zu verstehen, welche Unterschiede zwischen den Anbietern bestehen und wie eben diese Unterschiede einen möglichen Einfluss auf Schwarzkopieren haben können.

3.4.2.1 Simfy

Simfy ist ein deutscher Musik-Streaming-Dienst und hat seinen Sitz in Berlin (Simfy, o.J., a). Simfy verfügt laut eigenen Angaben über 25 Mio. Songs (Simfy, o.J., b).

Im folgenden wird das Angebot von Simfy (o.J., c) wiedergegeben:

Grundversion:

Preis: kostenlos

Werbung

Wiedergabe auf PC & Mac

Jeder Song wird nur 30 Sekunden angespielt.

Premium Version:

Preis: 4,49 € im Monat

Ohne Werbung

Wiedergabe auf PC & Mac

Premium Plus:

Preis: 9,45 € im Monat

Ohne Werbung

Wiedergabe auf PC & Mac

Wiedergabe auf dem Smartphone

Offline-Modus

3.4.2.2 Deezer

Der Musik-Streaming-Dienst Deezer wird durch das französische Unternehmen Blogmusik betrieben und hat seinen Firmensitz in Paris (Deezer, o.J., a). Deezer ist in über 180 Ländern benutzbar (Deezer, o.J., b) und verfügt laut eigenen Angaben über 35 Mio. Songs (Deezer, o.J., c).

Im folgenden wird das Angebot von Deezer (o.J., c) wiedergegeben:

Free:

- Preis: kostenlos
- Werbung
- Unbegrenzt Musik hören
- Niedrige Qualität
- Nicht verfügbar auf mobilen Endgeräten

Premium+:

- Preis: 9,99 € im Monat
- Ohne Werbung
- Unbegrenzt Musik hören
- Hohe Datenrate der Musikstücke bzw. Soundqualität
- Verfügbar auf mobilen Endgeräten

3.4.2.3 Spotify

Nach anfänglichen Differenzen mit der GEMA startete Spotify am 13.03.2012 seinen Musik-Streaming-Dienst in Deutschland. (Rego, 2012) Spotify verfügt laut eigenen Angaben über 20 Mio Songs und hat weltweit über 10 Mio. zahlende Abonnenten auf 57 Märkten. (Spotify, o.J., d).

Im folgenden wird das Angebot von Spotify (o.J., e) wiedergegeben:

Free:

Preis: kostenlos

Werbung

Wiedergabe-Einschränkungen

Niedrige Datenrate bzw. Soundqualität

Nach 6 Monaten werden weitere Wiedergabe-Einschränkungen getroffen.

Premium:

Preis: 9,99 € im Monat

Ohne Werbung

Keine Wiedergabe-Einschränkungen

Hohe Datenrate der Musikstücke bzw. Soundqualität

3.4.3 Illegales Musik-Streaming

Bisher gibt es keine bekannten kostenlosen und illegalen Musik-Streaming-Dienste die ansatzweise ein vergleichbares Angebot bereitstellen, wie die in den vorherigen Kapiteln aufgeführten Anbieter. Es besteht zwar ein großer Markt in Deutschland für kostenlose und illegale Video-Streams („kinox.to2, „Popcorn Time“ usw.) jedoch kein Vergleichbarer für Musik. Es existieren schon Ansätze wie beispielsweise „<http://musicstream.cc>“ oder „<http://myousic.me>“, jedoch sind die Ausführungen aufgrund Ihrer Struktur, Umfang und Design schlicht unattraktiv. Gründe, warum es bisher keine vergleichbar hochwertigen, kostenlosen und illegalen Musik-Streaming-Dienste gibt, sind bisher nicht weiter erforscht. Aufgrund der bekannten Tatsachen bieten sich folgende Ansätze an:

- Illegale Applikationen werden nicht im iTunes-App-Store oder im Google-Play-Store zugelassen.

- Das Betreiben eines illegalen Musik-Streaming-Dienstes bietet ein hohes Risiko. Es würde nur mit Werbung zu finanzieren sein. Die somit generierten Werbeeinnahmen würden wahrscheinlich massive Sicherheits- und Nutzungseinschränkungen (siehe Kinobox.to) mit sich bringen.

Somit würden kostenlose und illegale Musik-Streaming-Dienste - sofern sie als illegal zu erkennen sind - keinen merklichen Vorteil gegenüber dem kostenlosen Angebot von legalen Musik-Streaming-Diensten bieten.

3.4.4 Schwarzkopieren durch Musik-Streaming

Da sich Musik-Streaming-Dienste sehr effizienter DRM-Systeme bedienen, ist es ohne geeignete Software nicht möglich Kopien von Musiktiteln anzufertigen. Zu eben jener Software gehören Anwendungen wie „Audials Tunebite“ (Audials, o.J., b), oder „Wondershare- AllMyMusic“ (Wondershare, o.J.). Diese Anwendungen ermöglichen durch das Abfangen des Audiosignals ein paralleles Mitschneiden und anschließende Archivierung der Musikstücke. Diese Software ist aufgrund ihres Betreuungsaufwands nicht sonderlich attraktiv. So dürfte die Nutzungsintention auch eher darin bestehen, Songs auch für solche Personen zur Verfügung zu stellen, welche selber keinen Musik-Streaming-Dienst nutzen. Des Weiteren besteht trotzdem die Möglichkeit Musik offline zur Verfügung zu haben.

Die Legalität dieser Dienste befindet sich jedoch in einer Grauzone und es wird auf das Recht der Privatkopie (Audials, o.J., b) verwiesen. Musik-Streaming-Dienste wie Spotify untersagen jedoch in Ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen die Verwendung solcher Software.

So heißt es unter anderem in Abschnitt 8. Nutzerrichtlinien, der Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Spotify:

„...Das bedeutet z.B., dass das folgende nicht erlaubt ist: (a) Kopieren, vervielfältigen, rippen, aufnehmen oder öffentlich zugänglich zu machen eines

jeglichen Teils des Spotify Service oder der Inhalte, die dir über den Spotify Service übermittelt werden oder auch sonst eine Nutzung des Spotify Dienstes, der nach diesen Bedingungen nicht ausdrücklich erlaubt ist;...”

(Soptify, o.J., f)

Es ist davon auszugehen, dass sich die Menge der Nutzer recht überschaubar gestaltet, da die Speicherung für Abonnenten kaum von Vorteil ist. Des Weiteren ist die Zeit, die für eine Kopie aufgebracht werden muss, verhältnismäßig hoch im Vergleich zur Beschaffung via Filehoster. Durch einen weiteren Ausbau der Nutzungsbefugnisse, so wie der Offline-Nutzung kann dem entgegen gewirkt werden.

3.4.5 Schwarzkopierer als potenzielle Zielgruppe

Das Musik-Streaming-Dienste für Schwarzkopierer eine interessante Alternative zu illegalen Downloads sein können, lässt sich leicht herleiten. Personen, die auf illegalem Weg Musik beziehen, unterliegen keinen mengenmäßigen Limitierungen. Sie sind oftmals daran gewöhnt eine große Zahl an Musikstücken zu beziehen und gegebenenfalls zu konsumieren. Da bei dieser Beschaffungsmethode zumeist kein Geld fließt, ist ihr einziger Verlust die Zeit, die sie dafür aufwenden. Die meisten Schwarzkopierer sind im Bereich der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu finden und diese Zielgruppe hat meist mehr Zeit als Geld (Wade, 2004). Da jedoch auch diese limitiert ist, entsteht bei Nutzung eines Musik-Streaming-Dienstes ein zeitlicher Vorteil, da diese gut indexiert sind und die gewünschten Musikstücke umgehend zur Verfügung stehen. Da viele Musik-Streaming-Dienste eine kostenlose Version zur Verfügung stellen, besteht auch kein finanzieller Unterschied zum illegalen Downloaden. Selbst der Markt für illegale Downloads versucht durch Premium-Modelle Geld zu erwirtschaften und offeriert den Nutzern Vorteile wie eine schnellere Verbindung, keine Wartezeiten zwischen den Downloads (Filehoster) oder eine besser indexierte Datenbank (Usenet). Dies zeigt also, dass der Unterschied zu Musik-Streaming-Diensten kleiner ist als anzunehmen. Jedoch

bieten Musik-Streaming-Dienste den elementaren Vorteil, dass sie legal und verlässlich sind. Des Weiteren ist der Zugriff On Demand auch auf mobilen Endgeräten gewährleistet, was einem intensiveren Medienkonsum förderlich ist.

In einem Interview mit der Zeitschrift Focus (28. Ausgabe vom 07. Juli 2014) auf Seite 67 äußerte sich der Zentraleuropa-Chef von Universal Music, Frank Briegmann wie folgt:

„Jemand, der streamt, würde ohnehin keine CD kaufen.“

„Vor allem Zehn- bis 29-Jährige haben aufgehört, Musik zu kaufen, und nutzen häufig illegale Quellen. Beim Streaming ist nur die Hälfte der Nutzer unter 30, so dass wir damit Menschen zurückgewinnen.“

Dies bekräftigt die aufgeführten Argumente, da auch aus der Musikwirtschaft das Signal kommt, dass Musik-Streaming-Dienste für Einnahmen verantwortlich sind, welche vorher nicht generiert wurden. Das resultiert unter anderem aus der Attraktivität von Musik-Streaming-Diensten für Schwarzkopierer.

4 Schwarzkopieren und Musik-Streaming

Im folgendem Kapitel wird der Einfluss von Musik-Streaming-Diensten auf das Schwarzkopieren in Deutschland untersucht.

Jedoch ist die bisherige Erkenntnislage über den Einfluss von Musik-Streaming-Diensten auf das Schwarzkopieren in Deutschland bisweilen sehr dünn.

Aufgrund der geringen Menge an nationalen Studien ist es somit unerlässlich ausländische Literatur zu nutzen. Hierbei gilt es insbesondere auf die jeweiligen Gegebenheiten einzugehen und diese in Kontext mit dem deutschen Markt zu stellen und zu hinterfragen. Um die gesammelten Erkenntnisse zu vertiefen und zu erweitern, werden im Anschluss fünf User-Interviews geführt.

4.1 Stand der Forschung und Erkenntnisse

Der bisherige Stand der Forschung beläuft sich auf länderübergreifende Erkenntnisse, welche in ihrem Umfang und ihrer Qualität stark variieren. Es zeigte sich das Schwarzkopieren mit wachsender Popularität von Musik-Streaming-Diensten weniger wurde.

Im folgenden Abschnitt werden Erkenntnisse aus verschiedenen Publikationen zusammengefasst, die unter anderem auch Forschungen zum Einfluss von Musik-Streaming-Diensten auf Schwarzkopieren liefern. Diese werden in einen gemeinsamen Kontext gebracht und anschließend durch drei weitere Studien ergänzt.

Schweden als Musik-Streaming-Pionier

Wie bereits erwähnt, hat der schwedische Musikmarkt eine extreme Wandlung vollzogen und gilt mittlerweile als Beispiel für gesellschaftliche Integration von Musik-Streaming-Diensten. Aus diesem Grund wurde im Digital Musik Report die Transformation des schwedischen Markts näher beleuchtet. Dort wird hervorgehoben, dass in 2009 durch die Kombination eines neuen Anti-Piraterie-Gesetzes und dem Prozess gegen das Peer-to-Peer-Portal Pirate Bay (Page, 2013,

S.2), viele User motiviert wurden Musik-Streaming-Dienste und insbesondere Spotify auszuprobieren.

So wird auf eine Studie der GfK aus dem September 2013 verwiesen (IFPI, 2014, S. 17), in welcher veröffentlicht wurde, dass neun von zehn zahlenden Abonnenten von sich sagen, dass sie nur noch selten über illegale Wege schwarzkopieren. Dieses Ergebnis zeigt eine reduzierende Auswirkung von Musik-Streaming-Diensten auf Schwarzkopien. Nutzer von kostenlosen Musik-Streaming-Diensten ergänzen diese negative Tendenz, in diesem Fall waren es sieben von zehn Befragten.

Das Telekommunikationsunternehmen Telia trug ebenfalls zu der großen Popularität der Musik-Streaming-Dienste und insbesondere Spotify bei (Cisco, 2012). Es offerierte seinen Kunden für drei Monate einen kostenlosen Zugang zu Spotify, was den Effekt hatte, dass viele Nutzer nach Ablauf der drei Monate weiter Spotify nutzten.

In Deutschland kooperieren ebenfalls Musik-Streaming-Dienste mit Telekommunikationsunternehmen. So bietet unter anderem T-Mobile an, unter bestimmten Voraussetzungen Spotify-Premium zu nutzen (T-Mobile, o.J.), ohne dass die dafür verbrauchten Daten auf das zur Verfügung stehende Kontingent angerechnet werden. Dies stellt für den Kunden einen Mehrwert dar und ist daher zuträglich für die Verbreitung von Musik-Streaming-Diensten.

4.2 Erkenntnisse und Indikatoren verschiedener Veröffentlichungen

In diesem Abschnitt werden sechs Quellen zum Einfluss von Musik-Streaming-Diensten zusammengetragen, analysiert, bewertet und zu einer gemeinsamen Aussage gebracht. Es handelt sich bei drei von diesen Quellen um Hauptquellen.

4.2.1 Musiksverige- Fildelning & nedladdning 2011 – Quelle 1 (Q1)

(Musik in Schweden- Filesharing und Herunterladen)

Die schwedische Studie "Musiksverige- Fildelning & nedladdning 2011" von Media Vision kommt zu dem Ergebnis, dass die Anzahl von Schwarzkopierern von 2009 auf 2010 um mehr als 25 % fiel und im Folgejahr um weitere 9 %. Als Ursache dieser Verringerung wird in der Studie der Ausbau von Musik-Streaming-Diensten wie Spotify vermutet. Unter den Teilnehmern nutzen 40 % Musik-Streaming-Dienste und etwa 23 % gaben an weiter schwarz zu kopieren.

Als Grund für die Nutzung von Musik-Streaming-Diensten nannten 40 % den Umfang der Musikrichtungen, 30 % den Ausbau der Bibliothek und 24 % gaben die gefallen Kosten sowie die einfacherer Handhabung als Grund an.

Einschätzung:

In dieser Studie wird zwar ein Rückgang von Schwarzkopieren in Schweden ausgemacht, jedoch kann dieser nicht eindeutig auf Musik-Streaming-Dienste zurückgeführt werden. Der Rückgang könnten auch aus einer Kombination von Gesetzen, Abmahnungen, Video-Streaming-Diensten und Musik-Streaming-Diensten resultieren.

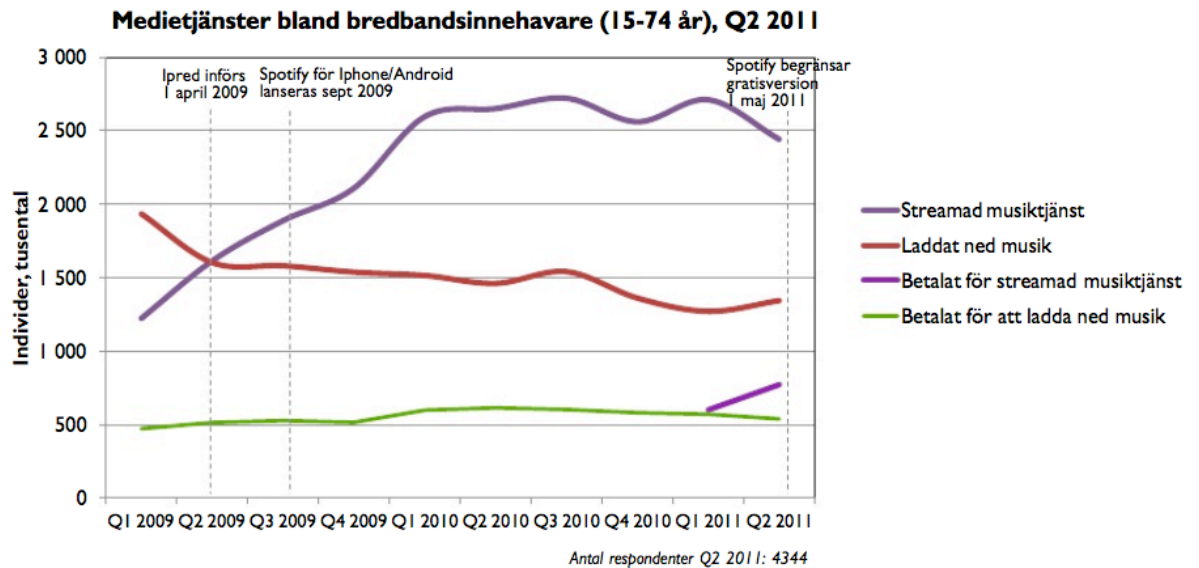


Abbildung 11 - Verlauf des digitalen schwedischen Musikkonsums über drei Jahre

(Media Vision, 2013)

Streamad musiktjänst = Musik-Streaming-Dienste

Laddat ned musik = Heruntergeladene Musik

Betalat för streamad musiktjänst = Für Musik-Streaming-Dienst bezahlt

Betalat för att ladda ned musik = Für das Herunterladen von Musik bezahlt

4.2.2 Streamingtjänster av film och dess framtida utveckling som substitut för illegal nedladdning – Quelle 2 (Q2)

(Streaming-Dienste von Film und seine künftige Entwicklung als Ersatz für illegale Downloads)

Da in Schweden Musik-Streaming-Dienste einen deutlich größeren Anteil der Umsätze der Musikindustrie ausmachen, unterliegen diese einem hohen allgemeinen Interesse. So ist es nicht verwunderlich, dass dort bereits Erkenntnisse über den Einfluss von Musik-Streaming-Diensten auf Schwarzkopieren bestehen. In dieser Studie der UMEÅ Universität aus 2013 wird der Unterschied zwischen Film-Streaming-Diensten und Musik-Streaming-Diensten im Bezug auf Schwarzkopieren

näher untersucht. So zeigte sich, dass in den Haushalten der Probanden keine Musik mehr schwarzkopiert wird. Als Grund wird angeführt, dass diese über Streaming-Dienste wie z.B. Spotify bezogen wird und selbige über eine große Bandbreite an Inhalten verfügen.

Einschätzung:

Wie in Q1 stammt diese Studie aus Schweden und bezieht sich somit nur auf schwedische User. Wie in 3.1.2 bereits festgestellt, erwirtschaftete die schwedische Musikindustrie 2013 66 % ihrer Erlöse aus Musik-Streaming-Diensten - die Deutsche etwa 4,7 %. Somit muss in Schweden von einer komplett anders ausgeprägten Wahrnehmung und Wertschätzung von Musik-Streaming-Diensten ausgegangen werden. Zudem gehen die beschriebenen Erkenntnisse aus der Befragung von sechs relevanten Teilnehmern hervor und sind demnach nicht repräsentativ. Diese Studie ist somit dem Gesamtbild zuträglich, in dem es die weiteren Studien in ihrer Aussage bekräftigt - alleinstehend besitzt sie jedoch keine nennenswerte Aussagekraft.

4.2.3 Music Experience and Behavior in Young People – Quelle 3 (Q3)

In dieser empirischen Studie aus dem Vereinigten Königreich „Music Experience and Behavior in Young People“ von Bahanovich D. und Collopy D. (2012-2013), wurden Probanden ebenfalls gefragt, ob sie im Falle der Nutzung eines Musik-Streaming-Dienstes auch weiterhin auf Filesharing (Peer-to-Peer) -Seiten zurückgreifen. Darauf antworteten 13 % der Befragten mit Ja, 74 % mit Nein und 13 % mit Manchmal. Im Jahr 2009 antworteten jedoch nur 34 % der zahlenden Nutzer, dass sie Peer-to-Peer nicht länger nutzen würden.

Auch der Besitzwunsch der Probanden, welche einen Zugang zu Musik-Streaming-Diensten haben, wurde untersucht. So zeigte sich, dass 21 % der Probanden nicht mehr daran interessiert sind Musik zu besitzen und demnach 79 % trotz Zugang zu einem Musik-Streaming-Dienst weiterhin einen Besitzwunsch verspüren.

Einschätzung:

Da zwischen den Umfragen drei Jahre liegen ist es plausibel, dass die Veränderung der Nutzungseinschätzung durch die fortschreitende Entwicklung zwischen 2009 und 2011 im Bereich der Nutzeroberfläche, Endgeräte und dem Netzausbau begründet ist. Ebenfalls ist es naheliegend, dass der Musikbibliotheksumfang der Musik-Streaming-Dienste im Jahr 2009 nicht dasselbe Ausmaß hatte wie in 2011. Somit könnte es die Motivation der User gewesen sein, Musikstücke, welche sich nicht in der Bibliothek des Streaming-Dienstes befanden, anderweitig bzw. über Peer-to-Peer-Dienste zu beschaffen. Je nach gewähltem Musik-Streaming-Dienst könnte die Offlinewiedergabe ein zusätzlicher Beweggrund gewesen sein. Mittlerweile ist jedoch eine Offlinewiedergabe-Funktion zum Standard der Musik-Streaming-Dienste geworden, zumindest im nutzerfinanzierten Premiumsektor.

In Norwegen, wo Musik-Streaming-Dienste in 2013 zwei Drittel (Lischka, 2014) des Gesamterlöses der Musikindustrie mit nutzerfinanzierten Premiummodellen erwirtschafteten, scheint der Besitzwunsch weitaus geringer ausgeprägt zu sein. Das könnte ein Indikator dafür sein, dass im Nachbarland Schweden, wie bereits erwähnt, innerhalb der Bevölkerung ebenfalls ein geringer Bezug zum Tonträger besteht. Andererseits kann dies auch in der fortgeschrittenen technischen Entwicklung und Musik-Streaming-Integration begründet sein. Im Laufe der letzten Jahre könnte möglicherweise der Bezug zum Besitzen und Sammeln von Musik verloren gegangen sein. Es ist für die Personen bequemer, Musik über einen Musik-Streaming-Dienst zu beziehen und zu konsumieren. Des Weiteren stellt sich die Frage, welchen Bezug die folgenden Generationen noch zum Besitz von Musik haben werden.

In welcher Vergleichbarkeit diese Entwicklungen zum deutschen Markt stehen ist nicht gewiss. Jedoch ist davon auszugehen, dass sie sich nicht gravierend voneinander unterscheiden. Zum einem sind beide Märkte vergleichbar groß, und zum anderen ist die Gewichtung zwischen Stream und Download ähnlich ausgeprägt.

4.2.4 Adventures in The Netherlands - Hauptquelle 1 (Hq 1)

Rahmenbedingungen

Im Jahre 2013 veröffentlichte Spotify den von Will Page – Spotifys Director of Economics - erstellten Bericht „Adventures in The Netherlands“. In diesem Bericht wurden Auswirkungen von Musik-Streaming-Diensten und insbesondere Spotify auf das Schwarzkopieren in den Niederlanden untersucht.

Die Niederlande sind mit rund 16,8 Mio. Einwohnern laut dem Auswärtigen Amt (o.J.) deutlich kleiner als Deutschland mit knapp 80,8 Mio. Einwohnern (Statistisches Bundesamt, o.J.). So lag der Umsatz der Musikindustrie in den Niederlanden 2013 bei 206 Mio. US \$ und in Deutschland zum Vergleich bei 1.365 Mio. US \$, dies ergibt einen Umsatzanteil pro Einwohner von 12,24 US \$ in den Niederlanden und einen Umsatzanteil von 16,89 US \$ in Deutschland. Demnach ist der deutsche Musikmarkt deutlich kaufkräftiger und gegebenenfalls anders gelagert was Moral und alternative Beschaffungswege anbelangt, als der niederländische Markt. Demnach unterscheiden sich die Märkte beider Länder, trotz ihrer geografischen Nähe, deutlich voneinander - dies sollte im Folgenden berücksichtigt werden.

Da es nahezu unmöglich ist nachzuvollziehen in welchem Umfang schwarzkopiert wird, da dies einen Verstoß gegen das Gesetz darstellt, entschied sich Page für diese Studie mit der Firma Musicmetric zusammenzuarbeiten und die Nutzung von BitTorrent in den Niederlanden zu messen.

Dies bietet sich an, da BitTorrent eine sehr unsichere Bezugsquelle zum Schwarzkopieren ist und dementsprechend leicht zu beobachten ist. Da die Nutzer von BitTorrent sehr leicht zu identifizieren sind, nahmen Abmahn-Kanzleien sich BitTorrent an und verschickten medienwirksam unzählige Abmahnungen an Nutzer. Dies führte zu einem wachsenden Desinteresse an dieser Bezugsmöglichkeit und förderte alternative, vermeintliche anonymere Beschaffungsquellen wie Filehoster oder Usenet. Jedoch nutzen auch Anonymisierung-Dienste wie Tor-Guard diese Tatsache um speziell verschlüsselte Anonymous-Proxy-Server zu offerieren. Diese

bieten sich für eine anonyme Nutzung von BitTorrents an, da von ihnen nur eine feste IP ausgeht und somit die IP der Nutzer nicht weitergegeben, geschweige denn gespeichert wird. Somit bleibt die Identität des Users nicht nachvollziehbar ist.

Diese parallele Entwicklung schwächt die Aussagekraft der Studie in gewissen Bereichen, jedoch bringt sie viele verwertbare Aussagen und Ansätze hervor.

Auswertung der Quelle

Der Bericht wird mit den Satz eingeleitet: „ Spotify was founded in 2006 to provide a superior legal alternative to piracy“. Hiermit wird erkenntlich das eine enge Verbindung zwischen Musik-Streaming-Diensten und Schwarzkopieren besteht. Eine Gründungsintention reicht jedoch nicht aus, um von einer tatsächlichen Beziehung zu sprechen. Daher wird aufgeführt, dass bereits in 2011 die schwedischen Studie „Music Sweden: File Sharing & Download, 2011 Q2“ bemerkte, dass innerhalb des Zeitraums zwischen 2009 und 2011 die Schwarzkopierer um 25 % zurück gingen. Somit kam die Frage auf, ob in einem anderen Land ebenfalls Schwarzkopieren durch Musik-Streaming-Dienste bzw. Spotify ersetzt wurde.

Durch die Zusammenarbeit mit der Firma Musxmetric wurde es möglich nachzuvollziehen, was und in welchem Ausmaß in den Niederlanden über BitTorrent schwarzkopiert wird. Da auch Musxmetric die Nutzung von VPN-Proxy-Servern

Table 1: What Musicmetric data is, and isn't		
Pros	Cons	Curbing those Cons
Counts unique IP addresses so frequency of activity can be understood.	Counting IP addresses isn't the same as counting people. Could be too high: IP addresses can change which would cause more unique users to be counted than actually exist. Could be too low: Multi-occupancy households may have >1 pirate using 1 IP address.	We also investigate download volume. The number of files taken using BitTorrent is a useful check for the unique IP count. Unaffected metrics move in line with unique IP count.
Allows music piracy to be studied independently of other content.	Does not include cyberlocker and non-BitTorrent P2P.	IFPI report that the vast majority of piracy in NL is via BitTorrent.
Allows geo-location of demand.	Does not geo-locate known proxies. Does not geo-locate IP addresses used by mobile data networks. Mobile device piracy is not counted when it uses 3G / 4G networks.	BitTorrent does not work so well through proxies and is thus a low % of all activity. BitTorrent is not used directly on phones.
Counts download volume per artist per item per day. Understanding the content taken reveals big differences by artist.	Content must be identified and this is not possible for each and every file.	In the Netherlands, over half of all BitTorrent music files taken are identified by track & artist (75% in Italy).

Abbildung 12 - Gegenüberstellung von Argumenten bezüglich Musicmetric

(Spotify Ltd, 2013, S.8)

bekannt ist, werden jene VPN-Proxy-IP-Adressen ausgeschlossen, um ein aussagekräftigeres Ergebnis zu erhalten. Dies führt jedoch zu einer Verringerung der Gesamtmenge und schließt Nutzergruppen im Vorfeld aus.

Um Transparenz zu schaffen, wird in der Studie eine Übersicht dargestellt, welche die Vor- und Nachteile gegenüberstellt.

Zuerst wird damit argumentiert, dass sich die Musikindustrie in den Niederlanden ebenso wie in Schweden seit Beginn des Jahrtausendwende in einem Abwärtstrend befindet. Jedoch fing sich der schwedische Markt um 2008 und 2009 begann er wieder zu wachsen, so dass in 2012 ein Wachstum von 20 % entstand. Diesen Erfolg schreibt Page zu einem großen Teil Spotify zu. Das führt zur der Argumentation,

dass sich eine ähnliche Kehrtwende im Musikmarkt auch in den Niederlanden vollziehen wird und es lediglich eine Frage von zwei bis drei Jahren ist.

Ebenfalls wird in der folgenden Grafik hervor gehoben, dass der illegale Bezug von Musik im Vergleich zu Filmen und Spielen, massiv zurückgegangen ist.

Table 2: Percentage of the population aged 15 years and up who had downloaded from an illegal source in the past year		
Downloading from an illegal source of	2008	2012
Music	32%	22%
Films/series	10%*	18%
Games	7%	6%
Books	Not known	6%
Total	35%**	27%
Source: IVIR/CentERdata (2012) *Excluding series; **Excluding series and books.		

Abbildung 13) - Veränderung des Downloadverhaltens in den Niederlanden

(Spotify Ltd, 2013, S. 10)

Dies wird der zunehmenden Verbreitung von Musik-Streaming-Diensten und Video-Portalen wie YouTube zugeschrieben, da sie im Vergleich als adäquate Alternativen zum illegalen Bezug dienen.

Bezüglich der Aufschlüsselung des Nutzerverhalten, kommt die Studie zu dem Ergebnis:

- 1 Schwarzkopie pro Jahr, 29 % Anteil der Schwarzkopierer, 4 % aller Kopien
- 2-5 Schwarzkopien pro Jahr, 39 % Anteil der Schwarzkopierer, 16 % aller Kopien
- 6-15 Schwarzkopien pro Jahr, 22 % Anteil der Schwarzkopierer, 28 % aller Kopien
- >= 16 Schwarzkopien pro Jahr, 10 % Anteil der Schwarzkopierer, 52 % aller Kopien

Demnach ist nur eine Menge von 10 % Prozent aller Schwarzkopierer für über die Hälfte aller Schwarzkopien verantwortlich. Ein Abfangen Derjenigen, die im Jahr mehr als 16 Schwarzkopien erstellen, kann ein starke Reduzierung aller Schwarzkopien zur Folge haben.

Es zeigte sich, dass die Wiedergaberate von Spotify in keinem negativen Verhältnis zu den Verkäufen steht. Des Weiteren wurde offensichtlich, dass auch eine spätere Veröffentlichung auf Spotify keinen negativen Einfluss auf die Absatzmenge

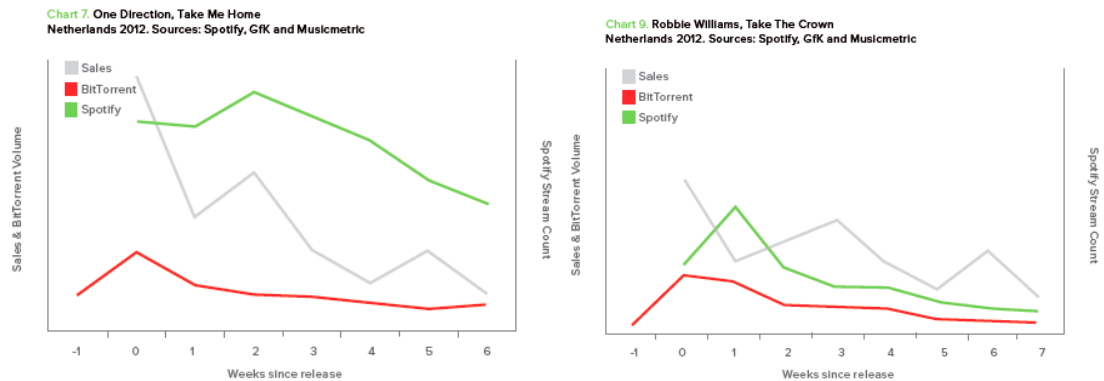


Abbildung 14 - Auswirkung von Faktoren Sales, BitTorrent und Spotify auf zwei Veröffentlichung

(Spotify Ltd, 2013, S. 16)

Jedoch konnte kein signifikanter Zusammenhang zwischen einer Veröffentlichung auf Spotify und einem Rückgang an Schwarzkopien festgestellt werden.

Fazit

Es wird zwar mehrfach herausgestellt das Musikpiraterie tendenziell zurück geht und Spotify ein Grund dafür ist, jedoch konnte innerhalb der Analyse kein Zusammenhang zwischen den beiden Bezugsmöglichkeiten mit der verwendeten Methode festgestellt werden.

Einschätzung

Möglicherweise ist die Antwort im Verhalten der User begründet. Ein User der Spotify maßgeblich für den Musikkonsum nutzt, ist möglicherweise nicht mehr daran interessiert die Musik über einen illegalen Weg zu beziehen und ist bereit ein bis zwei Wochen zu warten. Ebenfalls sind User, von denen wie bereits erwähnt ein Zehntel für 52 % des kompletten BitTorrent-Traffics verantwortlich sind, nicht gewillt, weil ein Stück auf Spotify erhältlich ist, dieses in vermeintlich schlechterer

Qualität und mit Werbeunterbrechung zu konsumieren – sofern sie kein Premium-Nutzer sind.

Da diese Erhebung sich auf die Niederlande fokussiert, ist unklar, ob ein ähnliches Ergebnis auch in Deutschland zustande kommen würde. Möglicherweise könnte eine Veränderung im Bereich der Tonträger entstehen, da der deutsche Markt über eine höhere Kaufkraft pro Kopf verfügt, jedoch ist dies nicht Bestand dieser Arbeit.

4.2.5 Music as a Service: Eine Alternative für Musikpiraten? Eine empirische Untersuchung zur Nutzungsintention von Streaming-Services für Musik –Hauptquelle 2 (Hq2)

Rahmenbedingungen

Da in den beiden vorangegangenen Kapiteln ersichtlich wird, dass eine relevante Einflussnahme von Musik-Streaming-Diensten auf Schwarzkopieren besteht, gilt es im Folgenden zu verstehen, welche Nutzungsintention für die Musik-Streaming-Dienste besteht. Dazu eignet sich die deutschsprachige empirische Studie „Music as a Service: Eine Alternative für Musikpiraten? Eine empirische Untersuchung zur Nutzungsintention von Streaming-Services für Musik“ von Dörr et al.. Diese beschäftigt sich mit der Einstellung von Schwarzkopierern gegenüber Musik-Streaming-Diensten.

Methodik

Um logisch miteinander verbundene Fragen zu stellen, wurden 8 Hypothesen gebildet, die in zweifacher Ausprägung an 132 deutschen Schwarzkopierern gestellt wurden. Im Folgenden wird "MaaS" für "Musik as a Service" benutzt, was eine andere Ausdrucksweise für Musik-Streaming-Dienste darstellt.

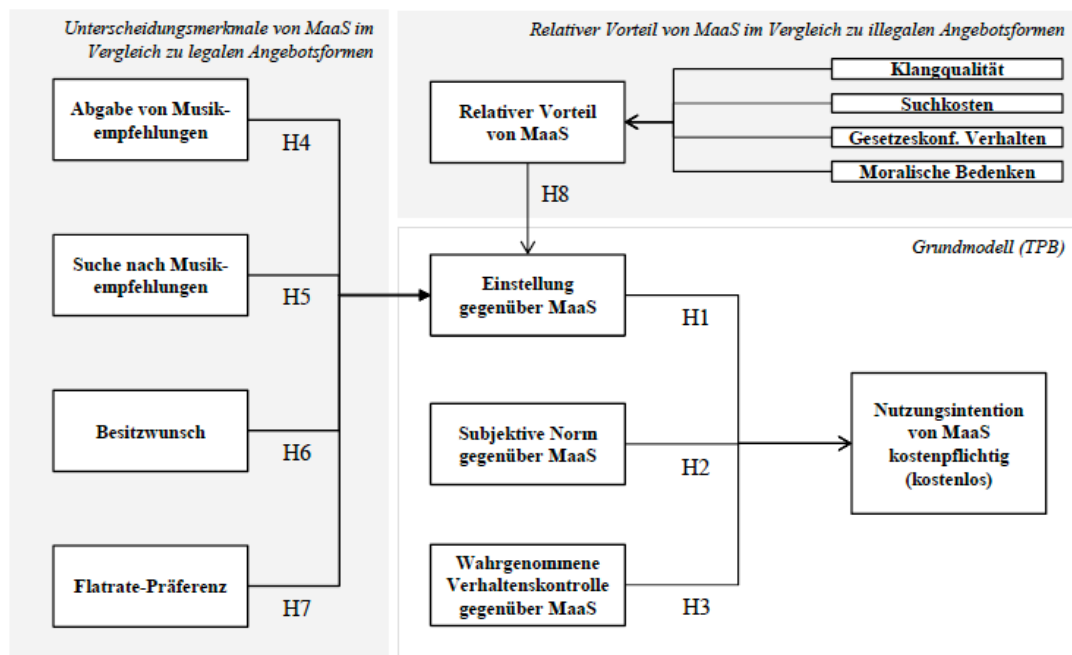


Abbildung 15 - Übersicht der Hypothesen in einem wirkenden Verhältnis

(Dörr et al. 2013)

Mögliche andere Ursachen

Daraus ergeben sich die folgenden Hypothesen, welche jeweils für die kostenlose und die kostenpflichtige Variante abgefragt wurden.

H1: Die Einstellung gegenüber MaaS ist positiv mit der Nutzungsintention von MaaS verbunden.

H2: Die subjektive Norm ist positiv mit der Nutzungsintention von MaaS verbunden.

H3: Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle ist positiv mit der Nutzungsintention von MaaS verbunden.

Erweiterte Hypothesen:

H4: Die Abgabe von Musikempfehlungen ist positiv mit der Einstellung gegenüber MaaS verbunden.

H5: Die Suche nach Musikempfehlungen ist positiv mit der Einstellung gegenüber MaaS verbunden.

H6: Der Besitzwunsch von Musik ist negativ mit der Einstellung gegenüber MaaS verbunden.

H7: Die Flatrate-Präferenz ist positiv mit der Einstellung gegenüber MaaS verbunden.

H8: Der relative Vorteil von MaaS ist positiv mit der Einstellung gegenüber MaaS verbunden.

Auswertung der Quelle

Die deskriptive Auswertung, welche im Rahmen dieser Studie durchgeführt wurde, basierte auf fünf Indikatoren, welche den Mittelwert von 3,95 auf einer 5-Punkt-Literskala besitzen. Interessanterweise trat bei der Frage nach der zukünftigen Anschaffung, zwischen der kostenlosen und der Premiumvariante, eine Diskrepanz auf. Bei der kostenlosen Variante belief sich der Mittelwert auf 3,57 und bei der Premium-Variante auf verhältnismäßig geringe 1,65.

Demnach scheint der Vorteil der Kostenersparnis auf die Probanden deutlich attraktiver zu wirken als die Werbefreiheit, Soundqualität oder Offlineverfügbarkeit. Zudem befinden sich die Mittelwerte der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle bei 4,63 und der Flatrate-Präferenz bei 4,13. Es wird vermutet, dass Schwarzkopierer in Bezug auf ihre technischen Fähigkeiten ein großes Selbstvertrauen haben - dies belegt auch Seale (Quelle: Seale (2002)).

Des Weiteren stehen die Probanden dem Nutzungsprinzip der Flatrate, welches unter anderen bei Musik-Streaming-Diensten angewendet wird, sehr positiv gegenüber.

Bei der Auswertung der Hypothesen zeigte sich, dass einzig die dritte Hypothese zur kostenpflichtigen Variante, nicht bestätigt wurde. Es wird die Vermutung geäußert, dass dies an der geringen Varianz der Variablen liegt. Diese Vermutung ist begründet, da alle drei Fragen den Probanden eine gewisse Technik-Kontrolle unterstellen und sich in ihren Ausführungen kaum von einander unterscheiden. Das stützt die bereits geäußerte Vermutung über das Vertrauen in die technischen Fähigkeiten der Schwarzkopierer.

Subjektiv betrachtet ist dieser Erkenntnis allgemein keine große Bedeutung zu schenken, da klar ist, dass Schwarzkopierer über erweiterte technische Fähigkeiten

verfügen. Des Weiteren sollte die Handhabung eines Musik-Streaming-Dienst selbsterklärend sein.

Im Bereich des kostenpflichtigen Musik-Streamings zählen die Variablen sozialer Einfluss und Einstellung gegenüber den Diensten mit einer Varianz von 32 % zu den deutlichsten. Im Bereich des kostenlosen Musik-Streaming verhält es sich ähnlich, so sind es in diesem Fall die Einstellung gegenüber Musik-Streaming-Diensten, sozialer Einfluss, sowie die wahrgenommene Verhaltenskontrolle, welche einen Anteil von 51 % der Nutzungsintention stellen. Daher wird auf Seite 368 wie folgt kommentiert:

„Der deutliche Unterschied beim Einfluss der Einstellung auf die kostenlose bzw. kostenpflichtige Nutzungsintention begründet sich durch die Möglichkeit der kostenlosen Nutzung oder anders ausgedrückt: Eine positive Einstellung gegenüber MaaS bei Musikpiraten führt offensichtlich nicht geradewegs zu einer Zahlungsbereitschaft. Nur die Wahrscheinlichkeit für die kostenlose Nutzung ist in diesem Fall sehr hoch.“

Bei dieser Aussage wäre es interessant zu erfahren, ob sich die Einstellung zum Premium-Modell im Laufe der Zeit verändert, wenn die kostenlose Variante genutzt wird. Das ein kostenloses Modell auf den ersten Blick attraktiver für Schwarzkopierer wirkt als ein kostenpflichtiges, ist möglicherweise in ihrer derzeitigen Einstellung digitaler Musik gegenüber begründet. So könnte die Gewöhnung an das Grundprodukt ein langsames Abwenden vom Schwarzkopieren zur Folge haben. Das schafft neue Ansatzpunkte. So versuchen Musik-Streaming-Dienste bereits durch zeitlich begrenzte, kostenlose Probeabonnements neue Premium-Abonnenten und Nutzer zu gewinnen.

Im weiteren Bereich der erweiterten Auswertung bestätigen sich sechs von zehn Hypothesen. Etwas unter 1/4 der Varianz der Einstellung gegenüber Musik-Streaming-Diensten wurde durch die selektierten Variablen begründet. Besonders traten Hypothese 5 (H5), also Suche nach Musik-Empfehlungen und Hypothese 7 (H7), die Flatrate-Präferenz hervor.

Das sich die Flatrate-Präferenz als signifikant erweist ist wenig überraschend, zum einen gehört der weitestgehend uneingeschränkte Umgang mit Informationsgütern zum Schwarzkopieren dazu und zum anderen findet das Flatrate-Konzept (Telefongespräche, SMS, Internetverbindungen) eine immer weitere Anwendung, wenn es um Kommunikation und Unterhaltung geht. Tauschen: Da du in dem Einleitungssatz mit H5 startest, sollte das auch zuerst erklärt werden:

Des Weiteren ist auch die Signifikanz von H5 leicht nachvollziehbar - jedoch trotzdem sehr interessant. Durch Musik-Empfehlungssysteme, welche die meisten Musik-Streaming-Dienste besitzen, entsteht für die Schwarzkopierer bei der Nutzung von Musik-Streaming-Diensten ein echter Mehrwert. Denn die Empfehlungen sind zumeist mit einer direkten Wiedergabefunktion verbunden und unterliegen redaktioneller Bearbeitung, Empfehlungsalgorithmen oder sind nutzergeneriert. Somit entsteht ein nicht zu unterschätzender Qualitäts- und Zeitvorteil bei der Informationsgewinnung gegenüber dem Schwarzkopieren. Dieser Vorteil spiegelt sich auch in H8, dem relativen Vorteil von Musik-Streaming-Diensten wieder. Dieser setzt sich aus den Suchkosten und den moralischen Bedenken zusammen. Die Klangqualität und das gesetztes-konforme Verhalten konnten sich jedoch nicht als Vorteil messen lassen. Dies bestätigt die Aussage, welche im Vorwort zur Studie von Will Page, über die Bezugsveränderungen und Anonymisierungsverfahren von Schwarzkopierern getroffen wird.

Fazit

Musik-Streaming-Dienste üben einen gewissen Reiz auf Schwarzkopierer aus, jedoch stehen Schwarzkopierer dem kostenlosen Angebot offener gegenüber als der kostenpflichtigen Premium-Variante. Das grundlegende Prinzip der Flatrate, kombiniert mit Empfehlungen (aktiv/passiv) und der moralischen Korrektheit, stellen somit die Hauptargumente für die Nutzung von Musik-Streaming-Diensten dar. Eine technische Barriere ist der Wechsel zwischen beiden Bezugsvarianten für die Schwarzkopierer offensichtlich nicht, somit wirken sich die subjektive Norm, bzw. die Erwartungshaltung des Umfelds oder Empfehlungssysteme ebenfalls positiv auf die Nutzungsintention aus.

Einschätzung

Diese Studie stellt ein tragendes Element dieser Arbeit dar, denn sie ist die einzige Studie, welche sich ausschließlich auf den deutschen Markt konzentriert und die Einstellung von Schwarzkopierern gegenüber Musik-Streaming-Diensten abfragt. Dies komplettiert die vorangegangenen Quellen, welche den Einfluss und die Auswirkung von Musik-Streaming-Diensten auf das Schwarzkopieren untersuchen, nicht aber die Nutzungsintention.

4.2.6 Copyright Infringement and Enforcement in the US – Hauptquelle 3 (HQ3)

Rahmenbedingungen

Diese Studie der Columbia University aus 2013, trägt ebenfalls, wie die vorangegangene Studie von Dörr et al., einen elementaren Teil zum Gesamtbild bei. Im Fokus liegt ebenfalls der deutsche Markt, welcher durch den Amerikanischen komplettiert wird. Von entscheidender Bedeutung ist, dass der genaue Einfluss von Musik-Streaming-Diensten auf das Schwarzkopieren gemessen, in Altersgruppierungen gesplittet und durch den amerikanischen Markt doppelt belegt wird.

Da die verwendeten Daten aus 2011 stammen, also einer Zeit in der Musik-Streaming-Dienste noch nicht die Relevanz besaßen welche ihnen heutzutage zugeschrieben wird, entwickelten sich mit großer Wahrscheinlichkeit die gesammelten Werte und Erkenntnisse weiter. Mit 1000 deutschen und 2303 amerikanischen Probanden fungiert diese Studie als repräsentativer, zentraler und empirischer Indikator und verstärkt das Gesamtbild im Kontext zu den weiteren Quellen.

Auswertung der Quelle

Da diese Studie medienübergreifende Informationen beinhaltet, ist nur ein Teil des Inhalts von Relevanz. Um im Weiteren die Auswirkung zu erfassen, wird nur auf die Verbreitung von Schwarzkopien eingegangen. Demnach besitzen in den Vereinigten Staaten 46 % und in Deutschland 45 % der Bevölkerung Schwarzkopien, somit sind beide Länder gut miteinander vergleichbar. Jedoch besitzt der amerikanische Musikmarkt einen deutlich größeren Umfang als der Deutsche. Des Weiteren setzen sich allgemein gesehen in beiden Ländern Musiksammlungen zu 14 % aus Schwarzkopien zusammen, bei 2 bzw. 3 % handelt es sich dabei um eine Kollektion, welche aus über 1000 Songs oder 100 Filmen besteht.

Music File Collections (Germany) [AMONG THE 42% WHO OWN MUSIC FILES]

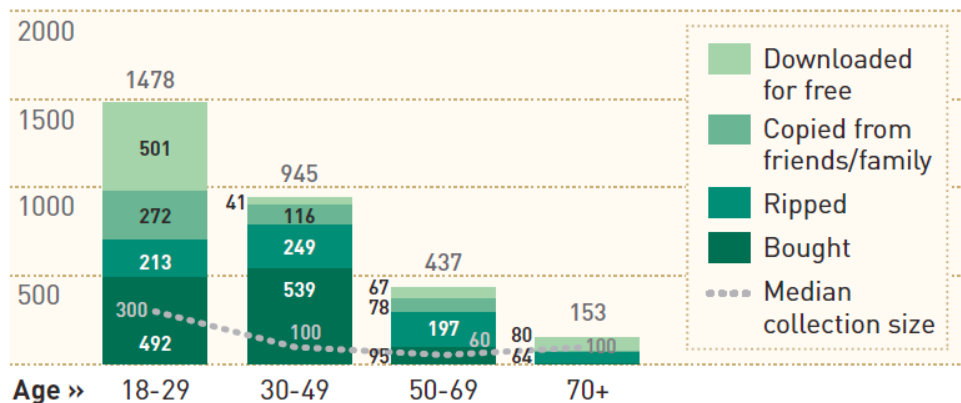


Abbildung 16 - Musik Sammlung der Deutschen in 2011

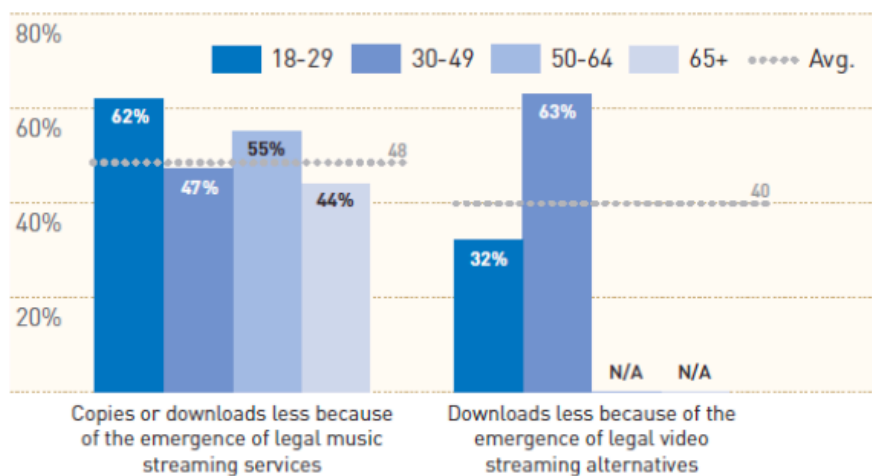
(Karaganis und Renkema, 2013, S.19)

Unter eben jenen Schwarzkopierern wurde zudem der Einfluss von Musik-Streaming-Diensten auf Ihr Schwarzkopierverhalten gemessen.

Dort zeigt sich, dass in Deutschland gerade ältere Schwarzkopierer durch die Nutzung von Musik-Streaming-Diensten immer weniger Schwarzkopien erstellen als Jüngere. Besonders signifikant ist hierbei die Gruppe der 30- bis 49-Jährigen mit einer Verringerungsquote von 56 %, gefolgt von den 50- bis 69-Jährigen mit 54 % und den 18- bis 29-Jährigen, welche auf Seite 24 der Studie mit 66 % als Hauptnutzergruppe in der Grafik zu zuordnen sind.

Verglichen mit den Vereinigten Staaten gestaltet sich die Altersgewichtung der Einflussnahme von Musik-Streaming-Dienste auf das Schwarzkopierverhalten anders. Dort stellen 18- bis 29-Jährige mit einem Einfluss von 62 % auf das Schwarzkopierverhalten die am stärksten beeinflusste Altersgruppe dar. Dies resultiert möglicherweise aus der früheren Verbreitung von Musik-Streaming-Diensten und einem somit weiterentwickelten Markt, dies ist jedoch ein Ansatz.

More Streaming = Less Copying & Downloading For Free (US) [AMONG THOSE WHO DO BOTH]



More Streaming = Less Copying & Downloading For Free (Germany) [AMONG THOSE WHO DO BOTH]

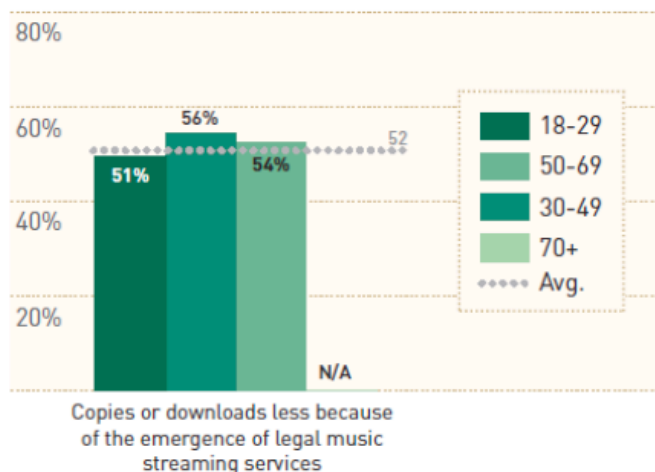


Abbildung 17 - Rückgang des Schwarzkopierens durch Musik-Streaming-Dienste, 2011 in Amerika und Deutschland

(Karaganis und Renkema , 2013, Seite 25)

Fazit

Die relevante Aussage ist, dass Schwarzkopierer auf beiden Märkten einen Einfluss von Musik-Streaming-Diensten auf ihr Schwarzkopierverhalten ausmachten. Durch die Nutzung von Musik-Streaming-Diensten reduzierte sich die Beschaffungsmaßnahme des Schwarzkopierens, in den Vereinigten Staaten um 48 % und in Deutschland um 52 %. Interessanterweise ist in Deutschland nicht, wie in den Vereinigten Staaten, die Personengruppe der 18- bis 29-Jährigen die mit der geringsten Reduktion. Die Probanden aus der Gruppe der 30- bis 49-Jährigen wiesen einen um 5 % stärkeren Einfluss auf. An zweiter Stelle, mit nur 2 % weniger, liegt die Altersgruppe der 50- bis 69-Jährigen.

Einschätzung

Diese Studie trägt maßgeblich zur Erkenntnisgewinnung bei, denn es wird explizit auf den deutschen Markt eingegangen und ein direkter Einfluss von Musik-Streaming-Diensten auf das Schwarzkopieren altersdifferenziert untersucht. In allen anderen Studien wurden nur Marktveränderungen und Nutzungsintentionen nachgewiesen. Es wäre jedoch von großer Relevanz gewesen, wenn zusätzlich zwischen werbefinanzierten und kostenpflichtigen Premium-Varianten unterschieden worden wäre. Dennoch ergänzt diese Studie das Gesamtbild und verdeutlicht den mindernden Einfluss von Musik-Streaming-Diensten auf Schwarzkopieren in Deutschland.

5 Zusammenfassung der Quellen

Quelle	Reduzierender Einfluss	Kernaussage	Land	Güte
IFPI/ GFK	Ja – 90 %	Neun von zehn kopieren nicht mehr oder weniger Schwarz	Schweden	Hoch (Kaum Informationen)
Q1	Ja – 25 % (2009), 9 % (2010)	Schwarzkopierer werden weniger	Schweden	Hoch
Q2	Ja – 100 %	Schwarzkopieren von Musik besitzt kein Relevanz	Schweden	Gering (6 Probanden)
Q3	Ja – 40 %	Minderung von Filesharing Nutzern	Großbritannien	Mittel (Bezug ist unklar)
Hq1	Ja – 10 % (4 Jahre)	Generelle Verringerung an Schwarzkopien – Verbindung zwischen Spotify und Schwarzkopien nicht belegt.	Niederlande	Mittel (Verbindung nicht ersichtlich)
Hq2	Ohne Wertung	Positiv gegenüber Musik-Streaming-Dienste, kostenlos präferiert, Soziales Umfeld, Empfehlungssysteme und Umfang der Bibliothek ist von Relevanz	Deutschland	Hoch (Indirekt relevant)
Hq3	Ja – 52 %	Fertigen weniger Schwarzkopien an	Deutschland und Vereinigte Staaten	Hoch
Interview	Ja – 5/5 (unterschiedlich ausgeprägt)	Kopieren kaum noch oder weniger Schwarz	Deutschland	Mittel (selbst erhoben)

Tabelle 1 - Übersicht der Quellen und Erkenntnisse

(eigene Darstellung)

Der erste relevante Hinweis wird im Digital Musik Report 2014 von der IFPI genannt. Dort wird erwähnt, dass neun von zehn Musik-Streaming-Abonnenten kaum oder weniger schwarzkopieren. Die Begebenheit, dass es sich um Abonnenten handelt unterstreicht Tatsache, dass User die für den Dienst zahlen, mehr von ihm profitieren als werbefinanzierte Nutzer.

Die weiteren drei Quellen zeichnen das eindeutige Bild, dass Musik-Streaming-Dienste zu einer Reduktion von Schwarzkopien führt. Diese Studien sind jedoch teilweise unpräzise und gehen nicht intensiver auf Verhalten und Ausmaß ein. Dies wird jedoch in „Adventures in the Netherlands“ näher untersucht. Es zeigte sich, dass auch auf in den Niederlanden das Schwarzkopieren zurückgeht, jedoch bestätigt sich nicht, dass dies an der Marktpräsenz von Musik-Streaming-Diensten liegt und somit dazu führt, dass Schwarzkopierer von sich aus aufhören dies zu praktizieren.

In „Music as a Service: Eine Alternative für Musikpiraten? Eine empirische Untersuchung zur Nutzungsintention von Streaming-Services für Musik“ zeigte sich das grundsätzlich Schwarzkopierer Musik-Streaming-Diensten positiv gegenüberstehen, aber zumeist nicht gewillt sind, diese gegen ein Entgelt zu nutzen. Oft wirken sich jedoch Faktoren wie das soziale Umfeld oder Empfehlungssysteme auf die Nutzungsintention aus.

In der letzten und relevantesten Studie dieser Arbeit zeigt sich, dass im Schnitt 52 % der Schwarzkopierer durch Musik-Streaming-Dienste ihre Musikpiraterie senken.

Wenn nur ein geringer Anteil der intensiven Schwarzkopierer, welche in den Niederlanden für die Hälfte aller Musik-Schwarzkopien verantwortlich sind, zu Musik-Streaming-Dienste wechseln, so kann dies auf längere Sicht zu einem nennenswerten Rückgang der Musik-Schwarzkopien führen.

5.1 User-Interviews

Um weitere Meinungen und Ansichten zu erhalten wurden fünf Interviews mit Schwarzkopierern geführt, welche Musik-Streaming-Dienste nutzen. Die beteiligten Personen sind über das soziale Netzwerk Facebook erschlossen worden und möchten anonym bleiben. Die Gesprächspartner haben zur besseren Vergleichbarkeit dieselben Fragen erhalten, was dazu führt das sich unterschiedliche Sichtweisen und Einstellungen leicht erkennen lassen. Die Fragen stehen im Kontext zu den aufgeführten Studien und Erkenntnissen und helfen dabei diese zu ergänzen, nachvollziehbarer zu machen und in einem zusammenhängenden Kontext zubringen.

5.2 Zusammenfassung der Befragung

Alle Befragten gehören zu der Altersgruppe der unter 30 Jährigen, sind berufstätig oder Studenten und wiesen in der Vergangenheit umfangreiche Schwarzkopieraktivitäten auf. Drei der fünf Befragten nutzen Musik-Streaming in der kostenpflichtigen Premiumversion und zwei die werbefreie Basic Version. Alle User nutzen Spotify als Anbieter. Die Befragten legten großen Wert auf den Umfang der Musik-Bibliothek, Bedienbarkeit, Offline-Wiedergabefunktion, Soundqualität und Empfehlungsfunktionen. Einer der zwei User der kostenlosen Variante, überwindet durch eine Modifikationen die Preisdifferenzierungsfunktionen, um die kostenlose Variante von Spotify auf ein für ihn relevantes Niveau zu bringen.

Signifikant ist die Tatsache, dass alle Befragten eine Verringerung ihrer angefertigten Schwarzkopien feststellen konnten. Im Bereich der Premium-Nutzer befand sich der Einfluss auf einem sehr hohen Niveau. Im kostenlosen Bereich fiel der Einfluss deutlich geringer aus und wurde mit etwa 20 % benannt. Ohne die angewandten Modifikationen des User 3, wäre der Einfluss höchstwahrscheinlich deutlich geringer ausgefallen, da der Befragte Spotify gar nicht oder nur kaum nutzen würde. Einen reduzierenden Einfluss auf das Schwarzkopieren von Musik konnten die

Befragten zudem auch in Ihrem Freundeskreis ausmachen.

Musik-Streaming-Dienste werden größtenteils als attraktive Alternative zum Schwarzkopieren gesehen. Lediglich User 3 sieht aufgrund der Voraussetzung einer Internetverbindung und Existenzbestehens des Anbieters Musik-Streaming-Dienste nicht zwangsläufig als eine attraktive Alternative zum Schwarzkopieren.

Keiner der Befragten glaubt an eine vollständige Reduktion von Schwarzkopien in der Zukunft. Alle Interviewpartner gehen von einer weiteren Verbreitung von Musik-Streaming-Diensten aus und sehen zudem noch einigen Handlungsbedarf bei Empfehlungen, Komptabilität, Offlinewiedergabe und dem Ausbau der werbefinanzierten Version.

Sollte diesen Problemen in Zukunft entgegen gewirkt werden, wird sich dies mit Sicherheit positiv auf die Popularität von Musik-Streaming-Dienste und reduzierend auf das Schwarzkopieren in Deutschland auswirken.

5.3 Erkenntnisse im Kontext

Ein Großteil der Quellen stellt lediglich fest, dass ein Rückgang an Schwarzkopien zu verzeichnen ist. Jedoch bleiben Erklärungen und Details zumeist aus.

Einzig Page (HQ1) kommt zu keinem Ergebnis, dennoch bildet es eine sinnvolle Ergänzung zu den weiteren Quellen, denn sie zeigt auf, dass die Verbindung zwischen Musik-Streaming-Diensten und Schwarzkopieren nicht mit einer einfachen Gegenüberstellung zu verstehen ist. Dies wird in der Hauptstudien von Dörr et al. (2013) und den User-Interviews ersichtlich.

Die Erkenntnisse der Studien flossen in die Befragung mit ein und werden insbesondere durch die von Dörr et al. (2013) abgefragten Faktoren wie Umfeld, Besitzwunsch, Empfehlungen sowie der Nutzungsvariante deutlich. So scheint insbesondere die Wahl der Nutzungsvariante für die Intensivität der Ausprägung ein gewichtiger Faktor zu sein. So stellte Dörr et al. (2013) fest, dass der Großteil der Befragten gegenüber der Nutzung einer kostenpflichtigen Musik-Streaming-

Variante negativ eingestellt ist. Dies wird in den Aussagen deutlich, da dieser nur durch Modifikationen der werbefinanzierten Version bereit ist vom Schwarzkopieren unter gewissen Umständen, wie Künstlerpräferenzen, abzusehen. Die im Digital Musik Report 2014 beschriebene Feststellung, dass neun von zehn Spotify-Abonnenten weniger Schwarzkopieren, deckt sich mit den Aussagen der User-Interviews. Dort gaben alle Abonnenten der kostenpflichtigen Variante von Spotify an, weniger schwarz zu kopieren. Die Gründe trotz Musik-Streaming-Dienst-Abonnement zu schwarzkopieren sind ähnliche, wie Dörr et al. (2013) feststellt. Dazu zählt vor allem der Umfang der Musikkbibliothek des Dienstes und die Offlineverfügbarkeit. Ebenso fanden sich die Aussagen der User der werbefinanzierten Variante in der Dörr et al.-Studie (2013) wieder. So waren sie nicht bereit, für einen Musik-Streaming-Dienst zu zahlen und es wurde auch mit dem Wunsch nach Besitz argumentiert.

Dies dient nicht als Beleg für eine Reduktion des Schwarzkopierens, jedoch sind diese Erkenntnisse relevant um zu begreifen, warum Schwarzkopiert wird und welche Barrieren beseitigt werden müssten.

Das Musik-Streaming-Dienste definitiv zu einer nachweisbaren Verringerung der Menge an Schwarzkopien führen, wird durch die Kombination aus den Quellen: GfK/IFPI, Q3 und insbesondere Hq3, sowie ergänzend durch die Interviews belegt. Zwar bestehen nationale Unterschiede zwischen den meisten Quellen, jedoch sind sie geografisch und kulturell nicht weit entfernt, da sie zu Nord/West-Europa zählen. Selbst unter Einbezug der Vereinigten Staaten in Hq3 wird dieselbe Wirkung festgestellt. Zwar variieren Ausmaß und Altersgruppen - dennoch bleibt das Ergebnis ähnlich. Demnach sind die Kernaussagen der Quellen länderübergreifend zu sehen, in ihrer Intensität und Auswirkung sollten diese jedoch differenziert betrachtet werden.

6 Fazit und Ausblick

Anhand der gesammelten Quellen zeichnet sich eine unterschiedlich ausgeprägte, aber dennoch eindeutige Verbindung ab – Musik-Streaming-Dienste wirken sich reduzierend auf das Schwarzkopieren in Deutschland aus. Zwar sind die durch Musik-Streaming-Dienste generierten Einnahmen für Künstler und Plattenfirmen deutlich geringer als der Verkauf von Musik-CDs, verfügen jedoch über die Möglichkeit Erlöse durch Personen zu generieren, die zuvor Musik nur illegal heruntergeladen haben. Am Beispiel von Schweden lässt sich erkennen, in welche Richtung sich der deutsche Musikmarkt verändern kann und das im Zuge der technischen Entwicklung und fortschreitenden Optimierung der Musik-Streaming-Dienste die Popularität innerhalb der deutschen Bevölkerung extrem wächst. Mit ihrer wachsenden Verbreitung wird ein Rückgang der Tonträgerverkäufe (CD/Download) zu erwarten sein und ebenfalls eine fortschreitende Reduktion von Musik-Schwarzkopien.

Sofern Schwarzkopierer bereit sind Geld für eine gebührenfinanzierte Variante eines Musik-Streaming-Dienstes aufzubringen, scheint dies als Primärfaktor der Auswirkung auf das Schwarzkopierverhalten zu fungieren.

Ergänzt wird dieser Faktor durch Verkettungen von weiteren Vorteilen sowie individuellen Tendenzen und Eigenschaften, welche sich je nach Kombination in unterschiedlicher Intensität reduzierend auf das Schwarzkopieren auswirken. So kann anhand der gewählten Variante, der Nutzungsintention, des Alters und des Umfelds eine Einschätzung über die zu erwartende Auswirkung abgeleitet werden. Wie sich in der Befragung zeigte, führt die Verbreitung von Musik-Streaming-Diensten auch zu einer Reduktion von Schwarzkopien für Freunde. Generell sind also auch die indirekten Folgen einer Umstellung zu hinterfragen. So ist anzunehmen, dass eben jene ehemaligen Schwarzkopierer, die nun primär Musik-Streaming-Dienste nutzen, nicht mehr die Notwendigkeit verspüren sich in Foren über Links o.ä. auszutauschen, Dateien bereitzustellen oder für Freunde und Bekannte als Bezugsquelle zu fungieren. Zudem hat sich auch in der Befragung gezeigt, dass legale Streaming-Portale wie SoundCloud oder YouTube als

Komplementär fungieren und im Falle eines nicht zu erfüllenden Musikwunsches als alternatives Medium dienen.

Somit ist der Einfluss von Musik-Streaming-Diensten auf das Schwarzkopieren als komplex und weitreichend einzuschätzen.

Um einen erheblichen Schritt in Richtung einer Zukunft ohne Musikpiraterie zu machen, wäre es sicher förderlich, das Angebot der werbefinanzierten Varianten der Musik-Streaming-Dienste in Umfang und Leistung zu erweitern und individueller auf den User einzugehen. Dies könnte durch Zielgruppen-definierte und Musikgenre-optimierte Werbung erreicht werden.

Das einzig vorstellbare Szenario um Musikpiraterie bzw. Schwarzkopieren einen großen Bestandteil ihrer Daseinsberechtigung zu entziehen, wäre die Musikbibliotheken massiv zu erweitern, eine lebenslange Zugriffsgarantie zu geben und die Premium-Variante frei zugänglich zu machen. Aber dieses Szenario ist sehr unwahrscheinlich und auch auf bisher bekannten Wegen nicht zu finanzieren. Selbst wenn dies der Fall wäre, würde wahrscheinlich immer noch ein Teil der User schwarzkopieren. Es ist davon auszugehen, dass zwar die Menge an Schwarzkopien im Zukunft, u.a. durch den Einfluss von Musik-Streaming-Diensten, sinken wird, aber eine Zukunft ohne Musikpiraterie derzeit noch undenkbar ist.

7 Forschungsempfehlung

Da die Dichte an Erkenntnissen zu diesem Thema bisweilen noch relativ dünn ist, besteht ein Bedarf in der empirisch gestützten Forschung, um die Auswirkungen der jeweiligen Faktoren zu messen und in einen gemeinsamen Kontext zu bringen. So stellt sich die Frage, wie intensiv sich die Wahl der Variante (kostenlos/gebührenfinanziert) in Kombination mit wechselnden Faktoren wie Nutzungsintention, Alter oder dem Umfeld auswirkt. Dies wäre in einer empirischen Studie sinnvoll, die über einen längeren Zeitraum geführt wird und bei der Schwarzkopierer ihr Schwarzkopierverhalten dokumentieren. Idealerweise beginnen die Probanden bei dieser Studie erstmalig werbefinanzierte Musik-

Streaming-Dienste zu nutzen und wechseln im Verlauf zur der kostenpflichtigen Variante. So könnte ein genaueres Bild von der Wirkungsintensität der Musik-Streaming-Dienste auf das Schwarzkopieren generiert werden.

8 Diskussion

Das Ziel dieser Arbeit ist den Einfluss von Musik-Streaming auf das Schwarzkopieren in Deutschland zu untersuchen. Da viele Quellen aus dem Ausland stammen, sind diese nicht eins zu eins auf Deutschland übertragbar. Sie wurden in einen Kontext zu Deutschland gesetzt und durch eine Befragung deutscher User erweitert. Generell wird diesem Thema in den meisten Studien nur wenig Platz eingeräumt, somit gehören Werke wie das von Dörr et al. (2013) zur Ausnahme. Die gewählte Methode von Page (2013) zeigte sich nicht als zielführend. Um einen Rückschluss auf den Einfluss zu erhalten ist es unabdingbar, alle Quellen im Kontext zu sehen um so Informationslücken zu füllen und zu verstehen. Dies wird insbesondere durch die Befragung gewährleistet. Zwar sind die gegebenen Antworten relativ knapp und zum Teil einseitig - jedoch erlauben sie einen ungefilterten Blick auf die Thematik und lassen erahnen, welche Faktoren entscheidend sind. Schwachpunkt der Befragung stellt die Auswahl der Probanden dar. Es wäre interessant gewesen diese noch weiter zu streuen, unter anderem mit mehr Personen unter 20 Jahren und über 30 Jahren, mehr Personen die kostenfreie Dienste nutzen und auch mehr weiblichen Personen.

Quellenverzeichnis

Achermann, T. (2014). a, Die drei besten Rapidshare-Suchmaschinen, Chip Digital, http://praxistipps.chip.de/die-drei-besten-rapidshare-suchmaschinen_9642 02.07.2014, (21.09.2014).

Achermann T., (2014). b, Sind Downloads bei Filehostern sicher?, Chip Digital, http://praxistipps.chip.de/sind-downloads-bei-filehostern-sicher_31453 (21.09.2014).

Audials (o.J.), a, Anleitung zum Aufnehmen von Musik von Spotify, Audials AG, http://audials.com/de/anleitung_zum_aufnehmen_und_mitschneiden_von_audio_streaming_und_internetradios/spotify.html (21.09.2014).

Audials (o.J.). b, Audials Tunebite 11, Audials AG, <http://audials.com/de/tunebite/index.html> (21.09.2014).

Audials (o.J.). c, Rechtliche Hinweise, Audials AG, <http://audials.com/de/tunebite/index.html> (21.09.2014).

Aupperle, A. (2010). Microsoft-Studie: Jeder vierte Computerbesitzer nutzt Raubkopien. Microsoft Deutschland GmbH, <http://www.microsoft.com/de-de/news/pressemitteilung.aspx?id=533161> (21.09.2014).

Auswertiges Amt, o.J., <http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/01-Laender/Niederlande.html> (22.09.2014).

Bahanovich, D., Collopy, D. (2013). Music Experience and Behaviour in Young People Winter 2012-2013, University of Hertfordshire.

Bitkom (2014). Mehr als 20 Millionen Argumente für Musik-Streaming,
http://www.bitkom.org/de/presse/8477_80296.aspx (21.09.2014).

Brätelund, P. (2013). Wimp Hifi -Lossless Music Streaming, Wimp Music GmbH,
<http://magazine.wimp.no/2013/09/wimp-hifi-lossless-music-streaming/>
(21.09.2014).

Briegmann, F. (2014). Die Musik Revolution, Focus Magazinverlag GmbH, (28/2014),
S. 67.

Bundesminister der Justiz und für Verbraucherschutz, (o.J.). Gesetz über die
Wahrnehmung von Urheberrechten und verwandten Schutzrechten,
<http://www.gesetze-im-internet.de/urhwahrng/index.html> (21.09.2014).

BVMI - Bundesverband Musikindustrie (2014). Musikindustrie in Zahlen 2013,
Bundesverband Musikindustrie e.V., Abb.: S. 7, 15, 35, 55.

BVMI - Bundesverband Musikindustrie (2014). Musikstreaming wächst weiter:
Verdoppelung von Umsatz und Nutzung, Bundesverband Musikindustrie e.V.,
[http://www.musikindustrie.de/presse_aktuell_einzel/news/musikstreaming-
waechst-weiter-verdoppelung-von-umsatz-und-nutzung/](http://www.musikindustrie.de/presse_aktuell_einzel/news/musikstreaming-waechst-weiter-verdoppelung-von-umsatz-und-nutzung/) (24.09.2014)

Christman, E. (2014). Digital Music Sales Decrease for first Time in 2013,
Prometheus Global Media, [http://www.billboard.com/biz/articles/news/digital-
and-mobile/5855162/digital-music-sales-decrease-for-first-time-in-2013](http://www.billboard.com/biz/articles/news/digital-and-mobile/5855162/digital-music-sales-decrease-for-first-time-in-2013)
(21.09.2014).

Cisco (2012). Telia-Spotify Music Service Partnership, Cisco Systems inc., Customer
Case Study.

Damaschke, G. (2012). Musikstreaming: Die Rückkehr des Kopierschutzes, Zweites Deutsches Fernsehen, <http://blog.zdf.de/hyperland/2012/03/musikstreaming-die-rueckkehr-des-kopierschutzes/> (21.09.2014).

Deezer (o.J.). a, Vergleichen / Nimm dir Zeit und entdecke unsere Angebote., Blogmusik, <http://www.deezer.com/offers/compare> (21.09.2014).

Deezer (o.J.). b, Impressum, Blogmusik, <http://www.deezer.com/legal/legal> (22.09.2014).

Deezer, (o.J.), c, Company, Blogmusik, <http://www.deezer.com/company> (22.09.2014).

Deezer, (o.J.). d, Compare, Blogmusik, <http://www.deezer.com/offers/compare> (22.09.2014).

Dejure, (o.J.). Urheberrechtsgeetz, Abschnitt 4, Unterabschnitt 1-3, dejure.org Rechtsinformationssysteme GmbH, <http://dejure.org/gesetze/UrhG> (21.09.2014).

Dörr, J., Wagner, T., Benlian, A., Hess, T. (2013). Music as a Service: Eine Alternative für Musikpiraten? Eine empirische Untersuchung zur Nutzungsintention von Streaming-Services für Musik. Wirtschaftsinformatik, (6/2013), S. 377-393.

Ehrlichmann, B. (2010). Downloaden ohne Angst vor Strafe: Usenet statt P2P-Netzwerke, PC Magazin, <http://www.pc-magazin.de/ratgeber/unsichere-p2p-netzwerke-213008.html> (21.09.2014).

Eurostat, (2014)., Privathaushalte, die einen Breitbandzugang haben, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=de&pcode=tin00089> (21.09.2014).

GEMA (o.J.). 10 Fragen - 10 Antworten, GEMA – Gesellschaft für musikalische Aufführungs und mechanische Vervielfältigungsrechte, <https://www.gema.de/die-gema/10-fragen-10-antworten.html> (21.09.2014).

GEMA (o.J.). GEMA und YouTube, GEMA – Gesellschaft für musikalische Aufführungs und mechanische Vervielfältigungsrechte, <https://www.gema.de/youtube> (21.09.2014)

Golem, (o.J). (2005), Napster startet Musik-Flatrate in Deutschland, <http://www.golem.de/0512/42106.html> (22.09.2014).

Grimm, M. (2013). Anonym im Netz, CHIP Digital, http://www.chip.de/artikel/Gegen-Porno-Abmahnungen-So-surfen-Sie-anonym-2_66108195.html (21.09.2014).

Grün, F.G. (2012), 6 Musik-Streamingdienste im Test, WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH, <http://www.audio.de/vergleichstest/6-musik-streamingdienste-im-test-1308466.html> (22.09.2014).

Gulli (2009). Filesharing: Filehoster verdrängen P2P, gamigo Advertising GmbH, <http://www.gulli.com/news/107-filesharing-filehoster-verdraengen-p2p-2009-10-12> (21.09.2014).

Freskgård, M., Ranta, E. (2013). Streamingtjänster av film och dess framtida utveckling som substitut för illegal nedladdning, Umeå Universitet.

IFPI (2014). IFPI Digital Musik Report 2014, IFPI.

IndisePDA (o.J.). 3G / UMTS, insidePDA – Online-Verlag Speroni & Bauer GbR, <http://insidepda.de/netze/3g-umts/> (24.09.2014).

Johannsen, J. (2009). Rapidshare: Filehoster gibt Daten von Nutzern heraus, Update, netzwelt GmbH, <http://www.netzwelt.de/news/79812-rapidshare-filehoster-gibt-daten-nutzern-heraus-update.html> (21.09.2014)

Karaganis, J., Renkema, L. (2013). Copy Culture in the US and Germany, The American Assembly, Columbia University.

Kolokythas, P. (2003). PC Welt, <http://www.pcwelt.de/news/Aus-und-vorbei-Kazaa-Lite-Entwickler-geben-auf-253867.html> (21.09.2014).

Kromer, E. (2007). Wertschöpfung in der Musikindustrie. Zukünftige Erfolgsfaktoren bei der Vermarktung von Musik. Hrsg. v. Mike Friedrichsen. München, S. 24-28.

Kull, J. (1998). Ökonomie der Musikindustrie: eine Analyse der körperlichen und unkörperlichen Musikverwertung mit Hilfe von Tonträgern und Netzen, Frankfurt/Main, S. 5-157.

Landesakademie für Fortbildung und Personalentwicklung an Schulen (o.J.). Modern - ISDN - DSL im Vergleich, <http://lehrerfortbildung-bw.de/werkstatt/websites/2planung/verbindungsgeschwindigkeiten/> (22.09.2014).

Last.fm (o.J.) Was ist der Last.fm-Scrobbler, Last.fm Ltd., <http://www.lastfm.de/help/faq?category=100>, (23.09.2014).

Lackes, R., Spiepermann, M. (o.J.). Stichwort: "Web 2.0". In: Springer Gabler Wirtschaftslexikon, Online Ausgabe. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/80667/web-2-0-v8.html> (21.09.2014).

Linde, F. (2005). Ökonomie der Information, Universitätsverlag Göttingen.

Linde, F., Stock, W. (2011). Informationsmarkt: Informationen im I-Commerce anbieten und nachfragen, Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Lischka, K. (2014). Download-Dämmerung: Wie das Streaming-Geschäft den Musikmarkt verändert, Spiegel Online GmbH, <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/download-daemmerung-wie-streaming-den-musikmarkt-veraendert-a-944652.html> (22.09.2014)

Media Vision (2013). Musiksverige – Fildelning & nedladdning / Utdrag ur rapport Q2 2011, Stockholm.

Page, W. (2013). Adventures in the Netherland, Spotify Ltd.

Patel, N. (2012). DRM comes back with a vengeance as digital media moves to the cloud, Vox Media Inc., <http://www.theverge.com/2012/1/24/2726874/drm-comeback-digital-media-cloud-ultraviolet> (21.09.2014).

Privco (2012)., PrivCo Media LLC, <http://www.privco.com/alert-privco-exclusive-spotifys-just-closed-full-year-financials-obtained-by-privco-reveal-rapid-revenue-growth-unsustainable-business-model-revenues-up-151-to-244m-yet-cost-of-sales-up-98-and-losses-ballooned-60-to-59m-somethings-gotta-change-soon-on-spo>, (21.09.2014)

Raju, P.S. (1980). Optimum stimulation level: Ist realtionship to personality demographics, and exploratory behavior. Journal of Consumer Research, 7, S. 272-282.

Ratzka, P. (2013). Neue Rechtslage für für Filesharing-Abmahnungen seit heute in Kraft - Eine halbwegs umfassende Betrachtung (*Update*), <http://www.bella-ratzka.de/neue-rechtslage-fuer-filesharing-abmahnungen-seit-heute-in-kraft-eine-umfassende-betrachtung/> (21.09.2014).

RauteMusik (o.J.). RauteMusik Sender, RauteMusik GmbH, <http://www.rautemusik.fm/radio/sender/> (24.09.2014).

Rego, D.P. (2012). Hallo Deutschland, hier ist Spotify, Spotify Ltd.,
<https://news.spotify.com/de/2012/03/13/deutschland/> (21.09.2014).

Rötter, S. (o.J.). Streaming-Dienste - Sind Musikstreaming-Dienste legal?,
GGR Rechtsanwälte - Gulden & Röttger GbR,
<https://ggr-law.com/urheberrecht/faq/streaming-dienste-sind-musikstreaming-dienste-legal.html> (21.09.2014).

Schartel, C. (2013). Spotify-Konkurrent Ampya: ProSiebenSat.1 startet Musik-
Streaming-Dienst, NetMediaEurope Deutschland GmbH,
<http://www.cnet.de/88112533/spotify-konkurrent-ampya-prosiebensat-1-startet-musik-streaming-dienst/> (21.09.2014).

Seale, D.A., (2002). Why Do We Do It If We Know 's Wrong. A Structural Model of
Software Piracy, in: Salehnia, A. (Ed.), Ethical Issues of Information Systems,
Idea Group Inc (IGI), London. S. 124-144.

Simon, H., Clausen, G., Tacke G. (o.J.). Stichwort: Flatrate. In: Springer Gabler
Wirtschaftslexikon, Online Ausgabe. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH,
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/17773/flatrate-v8.html> (21.09.2014).

Sinha, R.K., und Mandel, N. (2008). Preventing digital music piracy: The carrot or the
stick. Journal of Marketing, 72, S. 1-15.

Spotify (o.J.). a, Wait, I thought Spotify paid per Stream, Spotify Ltd.,
<http://www.spotifyartists.com/spotify-explained/#how-does-spotify-make-money>
(21.09.2014).

Spotify (o.J.). b, How does Spotify make Money, Spotify Ltd.,
<http://www.spotifyartists.com/spotify-explained/#how-does-spotify-make-money>
(21.09.2014).

Spotify (o.J.). c, What Bitrate does Spotify use for streaming, Spotify Ltd.,
<https://support.spotify.com/us/learn-more/faq/#!/article/What-bitrate-does-Spotify-use-for-streaming> (21.09.2014).

Spotify (o.J.). d, Information, Spotify Ltd.,
<https://press.spotify.com/us/information/> (21.09.2014).

Spotify (o.J.). e, Premium, Spotify Ltd.,
<https://www.spotify.com/de/premium/> (21.09.2014).

Spotify (o.J.). f, Spotify Nutzungsbedingungen, Spotify Ltd.,
<https://www.spotify.com/de/legal/end-user-agreement/> (22.09.2014).

Simfy (o.J.). a, Impressum, Simfy AG,
<http://corporate.simfy.de/info/imprint/?locale=en> (22.09.2014).

Simfy (o.J.)., b, Simfy AG, <https://hello.simfy.de/>, (22.09.2014).

Simfy (o.J.)., c, Simfy AG, <https://hello.simfy.de/plans>, (22.09.2014).

Soundcloud (o.J.). SoundCloud Limited, <https://soundcloud.com/press>
(24.09.2014).

Statistisches Bundesamt (2014). Erneuter Anstieg der Bevölkerung für 2013
erwartet,
https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2014/01/PD14_007_12411.html (22.09.2014).

Tandler, M. (o.J.), Peer-to-Peer, OnPage.org GmbH,
<http://de.onpage.org/wiki/Peer-to-Peer> (21.09.2014).

Telekom (o.J.), Telekom Deutschland GmbH,
<http://www.telekom.de/privatkunden/internet/internet-berater> (23.09.2014).

Theiss, B. (2013), Netztest Die Handynetze im Vergleich, WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH, <http://www.connect.de/vergleichstest/bestes-handynetz-netztest-2013-telekom-vodafone-eplus-o2-vergleich-handy-netz-1900129.html> (21.09.2014).

T-Mobil (o.J.), Telekom Deutschland GmbH, https://www.t-mobile.de/apps-und-musik/spotify/0,26269,27435-_,00.html (22.09.2014).

Tor-Guard, (o.J.). Anonymous Bittorrent Proxy, TorGuard.net,
<http://torguard.net/anonymousbittorrentproxy.php>, (22.09.2014).

Uploaded (o.J.). Register, Cyando AG, <http://uploaded.net/register> (21.09.2014).

Wade, J. (2004). The music industry's war on piracy. Risk Management 51(2), S. 10-15.

WiMP (o.J.). Wie gut ist verlustfreies Streaming?, WiMP Music GmbH,
https://wimp.de/web/specials/hifi_lossless/ (24.09.2014).

Wondershare (o.J.). Wondershare Software Co., Ltd.,
<http://www.wondershare.com/pro/streaming-audio-recorder.html> (22.09.2014).

YouTube (o.J.), Kanäle, YouTube LLC,
<http://www.youtube.com/channels> (23.09.2014).

Zuckerman, M. (1994). Behavioral Expressions and Biosocial Bases of Sensation Seeking. Cambridge: Cambridge univ. Press.

User-Interviews

Bitte nenne die Region in der du wohnst, Geschlecht, Alter und Tätigkeit (berufstätig, Student...).

User 1: „Ich bin 29 Jahre, männlich, wohne im Ruhrgebiet und bin berufstätig.“

User 2: „Niederrhein, männlich, 24 Jahre, und Student.“

User 3: „Rheinland, männlich, 26 Jahre, Student.“

User 4: „Brandenburg, männlich, 26 Jahre, berufstätig.“

User 5: "Niederrhein, weiblich, 23, Studentin."

Welche Medien hast du in den vergangenen vier Jahren illegal bezogen, über welchen Weg/Plattform (Filehoster, BitTorrent,..) und in welcher Menge?

User 1: „Musik als MP3 und WAV zum Auflegen. Meist wurde hier auf Zippyshare zurückgegriffen. Filme (2 pro Monat) und Serien (zwischen 10 und 30 Episoden pro Monat) über Movie2k, Kinobox oder Tubeplus. Eher Stream als Download. Videos mit pornografischen Inhalten (Menge und Quelle unterschiedlich). Hörbücher (max. 2 pro Jahr über Börse). E-Books oder Magazine (max. 1 pro Monat über Börse).“

User 2: „In den letzten vier Jahren, zum einen Musik per Rapidshare und YouTube-Grabber, ca. 10-20 Lieder und ca. 8 Alben von Kollegen kopiert bekommen welche die sich Original gekauft hatten, ca. 40-60 Filme/Serien über Freunde (USB Stick-Austausch etc.) und zum anderen Programme/Tools über Rapidshare und Freunde.“

User 3: „Alles (Musik, Film, Serie, Software, Games, Ebooks, Apps... einfach alles) / Plattform: vorher nur Torrent (Private Tracker und Öffentliche wie Pirate Bay) und Filehoster, meistens Mediafire und Rapidshare. Heute größtenteils über Usenet, selten Filehoster (dann meistens zippyshare), noch seltener Torrent (dann auch nur über Private-Tracker).“

User 4: „Filme, Serien, Musik, Screenshots, Ebooks und Spiele. Share-Online.biz, Uploaded.to, Bittorrent selten, Ebookee. Bei Filmen war/bin ich immer sehr aktuell, so wie die Releases grad erscheinen. Eine Übersicht findet man auf xrel.to, dort bewerten die Benutzer auch gleich die Qualität der neu geleasten Filme, das ist

praktisch, dann muss man nicht erst die Filme runterladen. Spiele werden da auch bewertet (Sprachen, Funktioniert der Crack, DLCs dabei, etc.) „Blockbuster“-Spiele werden dann auch immer schnell geladen. Da es auch viele HD-Film-Releases gibt (manchmal auch schon Kinofilme) ist die Datenmenge bei den Spielen + Videos manchmal schon recht hoch. So zwischen 50-100gb bestimmt manchmal.“

User 5: "Musik (Zippyshare, sporadisch, 1-5 Tracks pro Woche), Filme über Kinox.to gestreamt (etwa 1 pro Woche)."

Haben dich Personen aus deinem näheren Umfeld gebeten, Musik für sie herunter zu laden?

User 1: „Ist vorgekommen, jedoch habe ich diese meist nur auf einen Link verwiesen wo sie ggf. selbst tätig werden können.“

User 2: „Ja, aber selten bis gar nicht mehr, habe ich auch meistens nicht gemacht und nun gar nicht mehr.“

User 3: „Ja und ich habe es getan. Oftmals aber auch nur den Filehoster link recherchiert.“

User 4: „Früher ja, heute eher nicht. Zumindest fragt mich niemand mehr.“

User 5: „Ja, allerdings selten.“

Welchen Musik-Streaming-Dienst nutzt du und seit wann und warum diesen?

User 1: „Spotify nutze ich seit Juni 2012, weil ich dort am besten mit dem Interface klar komme und bisher nur wenige Künstler vermisse. Auch der Service war bisher super.“

User 2: „In erster Linie Spotify, wegen sehr großem Angebot + frischen Releases + immer dabei haben + dem guten Gewissen für das zu zahlen was man auch will, dann sonst Soundcloud und Youtube.“

User 3: „Spotify gratis, mit Hack um die Musikqualität auf 320kbs zu steigern und mit Androidpatch um Shuffle zu umgehen. Ich nutze es, weil es diese Hacks gibt.“

User 4: „Spotify nutze ich nun schon seit über zwei Jahren und bin zufrieden. Ich hatte mir nach den ersten paar Monaten nochmal Rdio angeschaut, aber das

Bedienkonzept hat mir nicht gefallen. Dann bin ich einfach bei Spotify geblieben. Es ist übersichtlich und ich kann dort einfach meine Playlisten speichern, auf meinen mobilen Geräten offline speichern und wenn ich „neue“ Bands finden möchte, nutze ich das App-Angebot in Spotify selbst oder die Radiofunktion.“

User 5: „Spotify. Nutze ich erst seit 2 Wochen und nicht regelmäßig und nur für Recherche neuer Musik, da mich die Werbung stört.“

Nutzt du diesen Musik-Streaming-Dienst in einer kostenlosen oder kostenpflichtigen Version?

User 1: „Ich zahle für den Kram... aber das ist es mir wert.“

User 2: „Kostenpflichtig, wegen größerem Umfang an Nutzungsmöglichkeiten wie Offline-Playlisten auf dem Handy und zahle so meinen Teil an Künstler, die ich mag und höre.“

User 3: „Gratis.“

User 4: „Ich nutze die kostenpflichtige Version, damit ich die Inhalte auf meinen mobilen Geräten offline abspeichern kann.“

User 5: "Kostenlos."

Hast du bereits darüber nachgedacht, das Angebot zu wechseln - von kostenlos auf kostenpflichtig oder anders rum und was wären deine Beweggründe?

User 1: „Bisher bin ich voll und ganz zufrieden. Es gibt kein Grund zu wechseln.“

User 2: „Ja, hatte zunächst Spotify kostenlos gehabt, bin dann auf Premium umgestiegen und bereue es nicht Warum siehe Vorantwort.“

User 3: „Kostenpflichtig würde nur noch die Werbung verhindern, das ist mir das Geld nicht wert. Ich mag Streaming-Dienste nicht, da man im Falle einer Abschaltung des Dienstes absolut gar nichts mehr hat (auch Offline hören wird dann nicht funktionieren).“

User 4: „Nein, ich bin mit Preis und Leistung sehr zufrieden.“

User 5: „ Ich habe es überlegt nach kostenpflichtig zu wechseln, ist es mir bisher allerdings nicht wert. Grund: viele Tracks findet/kennt Spotify nicht.“

Warum hast du begonnen Musik-Streaming-Dienste zu nutzen?

User 1: „Weil ich Musik liebe und den Menschen die Musik machen gerne etwas dafür zurückgeben möchte. Ich weiß 9,90 € sind nicht die Welt, aber geklaut wäre noch weniger. Aber eigentlich um mein Gewissen zu beruhigen.“

User 2: „Siehe Vor(vor)antwort, aber hauptsächlich wegen dem Luxus beinah alle Lieder die man mag und kennt ganz easy bedienbar an einem Ort zu haben.“

User 3: „Musik, die es nicht wert ist heruntergeladen zu werden wird erst kostenlos gestreamt, ist einfacher. Kette: Stream < Runterladen < Kaufen.“

User 4: „Ich hab den Probemonat bei Spotify genutzt und war ziemlich überrascht, dass fast alle meine Alben, die ich mühevoll über die Jahre gesammelt habe, dort online abrufbar waren. Kein hin und herkopieren mehr, sondern einfach nur anklicken/tappen und ich konnte das Lied hören. Der Preis war dafür mehr als gerechtfertigt (hätte sogar teurer sein können) und es ist komplett legal.“

User 5: "Um neue Tracks/Künstler zu finden."

Hast du durch die Nutzung von Musik-Streaming-Diensten eine reduzierende Veränderung auf dein Schwarzkopierverhalten feststellen können?

User 1: -

User 2: -

User 3: „Ja, ich lade weniger herunter, aus obengenannten Gründen.“

User 4: „Ich lade seit zwei Jahren quasi keine Musik mehr runter. Ich habe mir auch mal ein Album auf iTunes gekauft, was es jedoch später dann auch auf Spotify gab.“

User 5: "Nur gering, ich nutze es auch noch nicht lange."

Falls ja, in welchem Ausmaß (Anzahl oder Prozent) hat sich dies verändert?

User 1: „Ich klaue nur noch Musik, auf die ich sonst keinen Zugriff habe oder als MP3 benötige.“

User 2: „Ich mache es gar nicht mehr, außer es gibt was ganz bestimmtes nicht, dann such ich bei Soundcloud oder YouTube, aber keine anderen Sharingdienste etc.“

User 3: „Vielleicht die 20 % an Musik die mir evtl. gar nicht gefällt wird nicht mehr illegal geladen, schwer zu sagen.“

User 4: „Wenn ich mal ein bestimmtes Album nicht finde, dann versuch ich es erst über YouTube oder so was um reinzuhören, aber eigentlich kann man meist davon ausgehen, dass es die Alben recht schnell auf Spotify gibt. In der Zeit hab ich vielleicht noch 2 Alben runtergeladen, die ich nicht sofort auf Spotify gefunden habe, die es aber mittlerweile dort auch gibt. Deshalb schätze ich mal mein Downloadverhalten in Bezug auf Musik downloaden ist um 90 % gefallen.“

User 5: -

War dies ein fortschreitender Prozess oder fand die Umstellung sofort statt?

User 1: „Von 0 auf 100 habe ich nichts mehr runtergeladen.“

User 2: „Der Prozess hat schon davor schon langsam begonnen, da es immer heißer wurde zu laden und auch das Gewissen schlechter wurde, aber ab Spotify Premium ging es nochmals immens gegen „gar nicht mehr“ nach unten.“

User 3: „Dies fand erst statt, seitdem ich die Quali-Hacks für Spotify gefunden habe, vorher war mir 128kbs zu wenig um mir ein Bild von der Musik zu machen.“

User 4: „Eigentlich sofort, gab halt da mal die zwei Ausnahmen, bin aber jetzt quasi clean.“

User 5: -

Nutzen Personen in deinem näheren Bekanntenkreis auch Musik-Streaming-Dienste? Falls nein - was könnte hierfür der Grund sein?

User 1: -

User 2: -

User 3: „Einige nutzen keine Streaming-Dienste. Gründe 1) Wenig Interesse an Musik. 2) Youtube Quali reicht denen. 3) Kennt sich nicht damit aus, kauft lieber CDs (meist Ältere).“

User 4: -

User 5: -

Falls ja - konntest du eine Veränderung ihres Schwarzkopierverhaltens feststellen?

User 1: „Da kann ich ebenfalls nichts zu sagen.“

User 2: „Das kann ich nicht so ganz beurteilen, da ich das nicht groß beobachtet habe, aber spürbar wurde es weniger. Ja, da man Lieder über soziale Medien teilte per Spotify in Form von Links zum eigenem Klienten etc.“

User 3: „Ja, ein guter Freund lädt kaum noch illegal herunter seitdem er Spotify (Premium) hat. Viele nutzen auch Spotify, weil es so viel einfacher ist als das Auffinden illegaler Musik (bspw. meine Freundin). Vorher haben sie nicht geladen, aber durch die Einfachheit wird Spotify dann gerne genutzt.“

User 4: „Ja, fast alle meine Freunde nutzen Musik-Streaming-Dienste.“

Die Wenigen, die so einen Dienst nicht nutzen, „hören“ Tracks auf YouTube oder ggf. SoundCloud.“

User 5: „Ja, kenne allerdings das Schwarzkopierverhalten nicht und kann somit die Veränderung nur vage einschätzen.“

Nutzen mittlerweile die Personen, welche dich damals um Schwarzkopien gebeten haben, selber Musik-Streaming-Dienste?

User 1: „Auf jeden Fall! Den ein oder anderen konnte ich für Spotify überzeugen.“

User 2: „Das habe ich ebenfalls nicht beobachtet, gefühlt sind es aber 50:50.“

User 3: „Die Leute die mich darum bitten, nutzen auch Spotify, fragen mich dann aber nach Musik die nicht auf Spotify erhältlich ist.“

User 4: „Ja.“

User 5: „Ja, generell nutzen etwa 80 % nun Musik-Streaming-Dienste.“

Hältst du Musik-Streaming-Dienste für eine attraktive Alternative zum Schwarzkopieren?

User 1: „Für mich ist es definitiv eine attraktive Alternative. Ich warte noch auf einen Streaming-Dienst für Filme und Serien ... und zwar einen der ALLES abdeckt wie Netflix in den USA.“

User 2: „Absolut! Ist erstens legal und zweitens sehr viel bequemer bei den Möglichkeiten.“

User 3: „Nur wenn es um das reine Hören geht, dann ja. Mir geht es um den Besitz der Musik und der Unabhängigkeit vom Internet.“

User 4: „Klar, vor allem weil ich mich damit nicht mehr strafbar mache.“

User 5: „Größtenteils - Werbung ist teilweise noch zu dominant/häufig.“

Was müssten Musik-Streaming-Dienste noch können/anbieten, damit Sie eine bessere Alternative zum Schwarzkopieren darstellen?

User 1: „Mit gängigen DJ-Tools zusammenarbeiten.“

User 2: „Dazu fällt mir nichts ein, tut mir Leid.“

User 3: „Mehr Auswahl (z.B. ALLES, weil man sonst immer noch einen Rest woanders beschaffen müsste), offline speichern als Flac / 320 mp3 und nicht in Abhängigkeit des Dienstes stellen (sehr unrealistisch).“

User 4: „Spotify müsste mir noch bessere Recommendations machen, oft verbringe ich Stunden damit neue Bands etc. zu finden. Das macht manchmal Spaß, aber es ist trotzdem sehr zeitaufwendig. Es wäre schön, wenn Spotify mich wenigstens grob einordnen könnte, welche Musikrichtungen ich höre und mir zu den Genres neue Alben mitteilt. Das funktioniert noch nicht so gut.“

User 5: „Werbung reduzieren. Das es nicht ohne Werbung geht ist klar, allerdings sollte die Werbung der gestreamten Musik angepasst sein. Laute Werbung oder Werbung für aggressive Hip-Hop-Alben inmitten einer sehr ruhigen Playliste ist unnütz, störend und nicht zielführend und einer der Hauptgründe, weshalb ich Spotify nicht so häufig nutze.“

Denkst du Musik-Streaming wird in der Zukunft eine vergleichbar große Rolle spielen wie Mitte 1990 die CD?

User 1: „Ich bin mir sicher. Ich warte eigentlich auf ein eigenes Medium wie zB. einen Spotify-Player.“

User 2: "Tut es das nicht schon immer mehr? Jedenfalls macht es für mich den subjektiven Eindruck, alles erfolgt immer mehr online, ebenso der Kauf und Konsum von Filmen und Games, es werden weniger Datenträger gekauft."

User 3: „Musik-Streaming spielt bereits jetzt schon eine große Rolle und die Trends zeigen klar, dass dadurch CD- und auch MP3-Verkäufe zurückgehen.

User 4: „In der Zukunft nutzen alle Streaming-Dienste, egal ob Musik, Video oder Spiele. Nur aktuell reicht für mich als „Power-User“ dafür nie der Traffic. SoundCloud z.B. cached nicht oder lässt es nicht zu offline Dateien zu speichern. Das saugt mir sehr schnell mein 1GB Traffic leer und dann surf ich wieder mit Modemgeschwindigkeit. Das ist sehr ärgerlich, weil ich vor allem unterwegs viel Musik hören will und mich da nicht nur auf meine Offline-Playlisten einschränken möchte. Aber wenn man das Trafficproblem mal weglässt: Wer beschwert sich schon über die Möglichkeit mehr als 15 Mio. Lieder in der Tasche zu haben, im Gegensatz zu einer sperrigen CD + Discman?“

User 5: „Ja, da alles immer portabler und überall erreichbar sein will."

Glaubst du an eine Zukunft ohne Musik-Schwarzkopien und wenn ja, warum?

User 1: „Nein. Es wird immer Tracks geben die man sich über Umwege besorgen muss. Und das ist gar nicht mal so schlimm.“

User 2: „Nein, Piraterie wird es immer geben; da kann ein Service noch so klasse oder noch so günstig sein, es wird immer Leute geben die es riskieren würden etwas kostenlos zu bekommen.“

User 3: „Es liegt in der Natur des Menschen sich die Dinge so günstig wie möglich besorgen zu wollen. Früher Kasette ans Radio halten bspw. CDs brennen, dann herunterladen. Schwarzkopieren würde nur verschwinden, wenn alles jederzeit gratis verfügbar wäre. Dazu müssten dann aber auch Leaks zählen (Demos von

Alben die noch nicht raus sind), sonst hätte Schwarzkopieren wieder einen Mehrwert - das ist aber sehr unrealistisch.“

User 4: „Ich glaub schon, dass die Leute grundsätzlich bereit sind für Musik-Streaming zu bezahlen. Leider finde ich die Anzahl der Premium-Nutzer gegenüber den Free-Nutzern bei Spotify ziemlich traurig, aber solange die noch über die Werbung Geld verdienen können, ist das wohl in Ordnung.“

User 5: „Ich denke, es wird immer jemanden geben, der schwarzkopiert, da nicht jeder für Musik und Filme zahlen will.“



Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences

Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften
Faculty of Information Science and Communication Studies

Postanschrift:
Gustav-Heinemann-Ufer 54
50968 Köln

Besucheranschrift:
Claudiusstraße 1
50678 Köln

Telefon: +49 221 / 8275 - 3376
Telefax: +49 221 / 33 18 583
iws@fbi.fh-koeln.de
www.fbi.fh-koeln.de